

**AUF EIN
NEUES!**

TRENDS
DIE ZUKUNFT IST NICHT LINEAR
Seite 12.

PREMEDIA
OHNE JEDIGLICHE ALTERNATIVE:
AUTOMATISIERUNG
Seite 44.

DIGITALDRUCK
DAS VOLLE POTENZIAL
Seite 16.

PRINT & FINISHING
QUALITÄT DURCHGEHEND
IM BLICK
Seite 36.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
Seite 46.





QUARKXPRESS 2016

Love print, live digital



JETZT
€100
SPAREN

QuarkXPress 2016: Die bessere Alternative für Kreativ-Profis

NEU: PDF, EPS und AI in native editierbare QuarkXPress Elemente umwandeln.

NEU: Interaktive Broschüren, Flipbooks und Content Marketing Artikel ohne wiederkehrende Kosten einfach erstellen und veröffentlichen.

Extrem schnell, stabil und performant. 64-Bit für Mac und PC. KEIN Abonnement!

SPEZIAL-ANGEBOT FÜR DRUCKMARKT-LESER

Sparen Sie ganze €100 beim Kauf einer Vollversion oder eines Upgrades auf QuarkXPress 2016! Das Angebot ist auf den Erwerb von kommerziellen Lizenzen beschränkt und nur über den Kundendienst unter Nennung des Codes **DRUCKMARKT2016** erhältlich.

TELEFON +49 (0)40 853 328 54

Nur solange der Vorrat reicht.
Alle Preise netto zzgl. MwSt.

“ Die neuen Möglichkeiten mit QuarkXPress 2016 Objekte und Seiten aus anderen Programmen zu konvertieren, macht diese Version zu einem wichtigen Upgrade für jeden Anwender. Die Fähigkeit, HTML5-basierte Publikationen mit Interaktivität zu exportieren wird moderne Publisher glücklich machen, und die vielen weiteren Verbesserungen machen das schon schnelle und effiziente Programm noch effizienter. ”



Mehr Informationen und kostenlose Testversion unter www.quark.com/2016

NUR DURCH WANDEL ERFOLGREICH

Inhaltsverzeichnis

Klicken Sie auf Seitenzahlen oder Titel, um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Cimpress kauft National Pen
- 06 Kodak bleibt auf Prosper sitzen
- 07 Lacke und Druckfarben: Leichtes Wachstum erwartet
- 09 Weltweiter Markt für Verpackungen
- 09 Menschen & Karrieren
- 10 Großinvestition in Print
- 12 Die Zukunft ist nicht linear

Digitaldruck

- 16 Das volle Potenzial von Print
- 18 Nachrichten
- 20 Mimaki und der digitale Digitaldruck
- 22 Digitaldruckmaschine für den Etikettenmarkt
- 25 Digitaldruck ergänzt andere Druckverfahren
- 29 Wo digitale Flexibilität den Offsetdruck flankiert

Print & Finishing

- 30 Ein Ziel: Das perfekte Plakat
- 36 Qualität durchgehen im Blick
- 38 Evolution im Sammelheften
- 39 Spezialist für Post- und Glückwunschkarten
- 40 Gallus: Neue Maschinenplattform

Prepress

- 42 Nachrichten
- 43 Umweltfreundliche Platten im Einsatz
- 44 Ohne jegliche Alternative: Automatisierung

Termine, Bildung & Events

- 46 Terminkalender
- 47 Nachrichten
- 47 Digitaldruck-Kongress: Von und für Anwender
- 50 Xfair: Print- und Crossmedia-Show
- 50 OPS: Herausforderung Kundenzentrierung
- 52 Seminare und sonstige Veranstaltungen

- 53 Business to Business
- 53 Impressum

Wieder liegt ein neues Jahr vor uns. Und das, obwohl einige Ereignisse des alten Jahres noch gar nicht aufgearbeitet sind. Bei uns zumindest. Denn es gibt noch etliche Meldungen, die statt in den Papierkorb auf eine Seite in dieser Ausgabe wandern soll. Insbesondere die Einführung neuer Techniken im Digitaldruck haben wir noch einmal aufgegriffen.

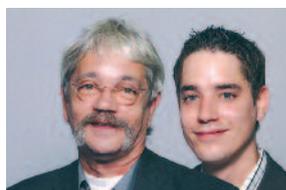
Doch Technik ist Technik, sie ist und bleibt Mittel zum Zweck. Sie lässt höchstens erahnen, wie wir in Zukunft drucken werden. Viel spannender erscheint jedoch, was wir künftig drucken werden. Auf den ersten Blick sind die Anwendungen weit über das Bedrucken von Papier angewachsen, wie ab Seite 16 überdeutlich wird. Doch diese Erkenntnis dürfte für einen seriösen Ausblick eher unzureichend sein.

Dafür gab es im Dezember eine Veranstaltung, über die wir gleich in unserer ersten Ausgabe des Jahres 2017 berichten müssen. Der ›Future Summit Print 2016‹ in München beschäftigte sich genau mit einem solchen Ausblick und zeigte die gestärkte Bedeutung von Print in einer sich permanent verändernden Medienwelt. Der Zukunftsforscher Matthias Horx belegte dies mit seiner auf Fakten beruhenden Beobachtung, dass in einer Zeit der extremen Digitalisierung Entschleunigung und Achtsamkeit an Bedeutung gewinnen. Auch die Nutzung sozialer Medien habe ihren höchsten Pegel bereits überschritten – und so erkläre es sich, dass das Pendel der Mediennutzung wieder in Richtung Print ausschlägt. »Es kehrt alles zurück, aber es stellt das Alte nicht wieder her«, sagte Horx.

Was nur bedeuten kann, dass sich die Drucker selbstbewusst auf ihre ureigenen Stärken konzentrieren müssen, um im Markt weiter relevant zu sein. Und sie müssen sich selbst und ihre Drucksachen weiterentwickeln, weil Print nur im Wandel erfolgreich sein kann.

Genau diese beiden Aspekte fielen beim Kongress in München besonders auf. Aus dem ›Jammertal Print‹ ist offensichtlich wieder ein fruchtbares Feld geworden, dass sich wieder zu beackern lohnt. Die Medienwelt wird sich weiterhin bewegen und verändern, doch Print wird immer mit dabei sein. Und zweitens haben Drucker längst gelernt, auf Augenhöhe mit Marketing-Spezialisten zu diskutieren. Die Best-Practice-Beispiele, die Diskussionen zu Conversion Rates, über Impact oder Markenbildung zeigten, dass kompetente Drucker mit ihren Druckereien wichtige Partner auch in der digitalen Welt geworden sind. Sie verstehen das Business ihrer Kunden, sie verstehen das Geschäft der Werber und sie wissen genau, für welche Zwecke sie ihren Kunden Print empfehlen werden.

Das spiegelt die Bereitschaft zum Wandel und die Kraft der Branche wider. Und das macht Mut für 2017. In diesem Sinne: Auf ein Neues.



Ihre Druckmarkt-Redaktion
Klaus-Peter und Julius Nicolay

ÜBERNAHME Lexmark hat den Abschluss der Übernahme durch ein Investorenkonsortium unter Führung von Apex Technology Co. Ltd. und PAG Asia Capital bekanntgegeben. Den Bedingungen des Mergers zufolge, das bereits im April 2016 angekündigt wurde, erhalten die Aktionäre von Lexmark 40,50 \$ pro Aktie in bar. Damit geht der Druckerhersteller für rund 3,6 Mrd. \$ in chinesische Hände über.
 › www.lexmark.com

PREISERHÖHUNG Ab dem 15. Januar 2017 wird die Papier Union die Preise für ihr gesamtes Lagersortiment um 5% erhöhen. Diese Maßnahme sei aufgrund angekündigter Preiserhöhungen seitens der Vorlieferanten unumgänglich. Darüber hinaus weist die Papier Union darauf hin, dass 2017 auch besondere Serviceleistungen, die nicht dem Standard entsprechen und bisher kostenfrei waren, berechnet werden müssen.
 › www.papierunion.de

PREMIUMPARTNER Druckveredelung ist ein Erfolgsmodell. Das stellt die Brancheninitiative Creatura mit multisensorischen Inszenierungen immer wieder unter Beweis. Unermüdlich rührt sie die Werbetrommel für die vielfältigen Möglichkeiten der Printveredelung. Das Team um den f:mp, Gräfe Druck & Veredelung, Heidenreich Print, Vogt Folien-druck, Oro Promotion und Touchmore hat mit Achilles nun einen weiteren Premiumpartner an Bord, der als Veredelungsdienstleister die zahlreichen Facetten von Print sichtbar, fühlbar und erlebbar macht. Achilles wird auch bei der anstehenden Roadshow »Power of Print« dabei sein und neue Ideen für erfolgreiche Printkommunikation präsentieren.
 › www.creatura.de

VORBILDICH Die IHK Dresden hat den KBA-Standort Radebeul als »Vorbildlichen Ausbildungsbetrieb« ausgezeichnet. Entscheidend war die anhaltend hohe Qualität der dualen Berufsausbildung mit guten und sehr guten Prüfungsabschlüssen. 16 Jahre in Folge erhielt die Radebeuler Berufsausbildung die Ehrung als »Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb« im Kammerbezirk Dresden. Ebenfalls würdigte die IHK Dresden das besondere Engagement von KBA in der Berufsorientierung.
 › www.kba.com

SPITZENPLATZ Die internationale Non-Profit-Organisation CDP (Carbon Disclosure Project), hat die Initiativen von Canon zur Bekämpfung des Klimawandels gewürdigt und das Unternehmen erstmals in die CDP Climate A List aufgenommen. 2016 wurden etwa 6.000 Unternehmen untersucht, deren Beurteilung auf einer Skala von A (höchste Wertung) bis F erfolgt. Mit seiner 2008 eingeführten Umweltvision hat Canon das Ziel, die jährlichen CO₂-Emissionen in jedem Produktzyklus um 3% zu verringern. Das Unternehmen verfolgt dazu proaktive Maßnahmen im Rahmen verschiedener Initiativen.
 › www.canon.de

Weiterer Investor
**ONLINEPRINTERS:
 WEITERES WACHSTUM**

Nach dem mehrheitlichen Einstieg von der Beteiligungsgesellschaft Bregal Unternehmerkapital im September 2016 hat auch Project A Ventures in die Onlineprinters GmbH investiert. Der Berliner Venture-Capital-Investor hat sich mit einem einstelligen Millionenbetrag an Onlineprinters beteiligt und will Onlineprinters durch das Einbringen eigener operativer Ressourcen noch erfolgreicher machen. Als eine der führenden Onlinedruckereien Europas hat Onlineprinters im letzten Jahr mehr als 2,1 Mrd. Druckprodukte vom Flyer bis zum kompletten Messestand produziert. Das Unternehmen ist in Deutschland unter dem Namen dieldruckerei.de aktiv, beschäftigt über 600 Mitarbeiter, tritt international in über 30 Ländern unter der Marke Onlineprinters auf und beliefert insgesamt etwa 500.000 Kunden.

»Mit unserem Mehrheitsinvestor Bregal Unternehmerkapital steht Onlineprinters ein Spezialist für Mittelständler zur Seite. Wir freuen uns, zusätzlich die E-Commerce-Experten von Project A als



Gesellschafter begrüßen zu können«, kommentiert **Dr. Michael Fries**, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, den Einstieg des neuen Partners. »Damit haben wir alle Weichen für Wachstum gestellt.«
 › www.onlineprinters.ch

CIMPRESS KAUFT NATIONAL PEN
**SCHREIBGERÄTE
 INDIVIDUALISIEREN**

Im Dezember 2015 war es die Online-Plattform WIRmachenDRUCK, Ende 2016 hat Cimpres das kalifornische Unternehmen National Pen für 218 Mio. US-Dollar gekauft.

Die Übernahme unterstütze die Strategie von Cimpres, nach eigener Definition Weltmarktführer für Mass Customization, unterschiedliche Wertschöpfungs-Kapazitäten für die individuelle Massenfertigung aufzubauen, die Cimpres über seine Plattform verfügbar macht und vermarktet. National Pen soll das Wachstum ergänzen, das

Möglichkeiten angetan, die sich aus der Verbindung mit Cimpres für unsere Kunden und Mitarbeiter ergeben«, betont Peter Kelly, CEO von National Pen.

Auch als Teil von Cimpres soll National Pen wie bisher mit seinem primären Vertriebskanal, einer Kombination aus Direktmailing und Tele-Sales, am Markt agie-



Bereits heute stellt Cimpres mehr als 46 Millionen individuelle Artikel im Jahr her. Das Angebot ist dabei längst weit über Drucksachen hinausgewachsen.

Cimpres für Werbetartikel und Geschenke bereits erreicht hat.

National Pen hat eine große Bandbreite kundenspezifischer Schreibinstrumente und entsprechend großen Kapazitäten für deren individualisierte Massenfertigung.

»Die Möglichkeit eine hohe Anzahl kleiner Mengen herzustellen erfüllt dabei eine entscheidende Anforderung für unser Geschäft«, erklärt

Robert Keane, Präsident und CEO von Cimpres. »Wir sind davon überzeugt, dass sich unsere Branche am Anfang eines grundlegenden E-Commerce-Wandels befindet. Dabei sind wir von den

Zusätzlich will Cimpres die von National Pens neu entwickelte E-Commerce-Präsenz unterstützen, weiter ausbauen und die Produkte bei Vistaprint und den übrigen Online-Print-Marken einführen. Cimpres produziert schon heute mehr als 46 Millionen individuell gestaltete Artikel im Jahr.

› www.cimpres.com

Farbunterschiede bei Proofs **BVDM EMPFIEHLT UMSTELLUNG**

Seit Kurzem liegt das vollständige Lösungspaket vor, um das Problem der Farbunterschiede auf Papieren mit optischen Aufhellern unter Normlichtquellen zu umgehen. Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) empfiehlt Agenturen, Verlagen, Druckereien und ihren Kunden die baldige Umstellung auf die neuen Standardprofile, Lichtquellen und Proofpapiere. »Eine beachtliche Anzahl von Druckereien hat, begleitet vom Beratungsnetzwerk der Druck- und Medienverbände, bereits umgestellt und ist nach den



neuen Kriterien zertifiziert«, erklärt **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptge-

schäftsführer des bvdm. »Die ersten Erfahrungen zeigen, dass Kunden den Qualitätsgewinn nach der Umstellung zu schätzen wissen. Es gibt mehr Sicherheit für alle Beteiligten.«

› www.bvdm-online.de

coverno GmbH **BANKNOTEN- SICHERHEIT**

Banknoten sind wegen ihrer Zuverlässigkeit und Anonymität beim Bezahlvorgang weltweit akzeptiert. Dabei spielen Banknotensicherheit und -authentifikation eine immer größere Rolle im Zahlungsverkehr, denn es kommen zunehmend bessere Fälschungen auf den Markt. Vor diesem Hintergrund forschen Wissenschaftler am Institut für industrielle Informationstechnik (iIT) der Hochschule OWL seit vielen Jahren gemeinsam mit der zur KBA-Gruppe gehörenden KBA-NotaSys SA in Lausanne daran, intelligente Banknoten zu kreieren, die über völlig neue Methoden authentifiziert werden können. Nun haben die Partner für das Thema im CIIT – Centrum Industrial IT ein Start-Up-Unternehmen mit dem Namen coverno GmbH gegründet und Ende November 2016 beim Amtsgericht Lemgo angemeldet. Der Name coverno steht für für »Echtheit neu erkennen«.

› www.kba.com

Adobe-Umfrage **INEFFIZIENTES DOKU- MENTENMANAGEMENT**

Die Adobe-Umfrage »Document Drain« belegt, wie unzufrieden Angestellte in Europa mit schlechten Prozessen in der Büroadministration sind.

Nahezu einen Arbeitstag (6,5 Stunden) pro Woche verbringen deutsche Angestellte durchschnittlich mit administrativen Tätigkeiten wie dem Ausfüllen von Formularen oder dem Ausdrucken von Dokumenten. Nach der aktuellen Studie von Adobe empfinden 48% der Befragten scheinbar einfache Bürotätigkeiten als zu zeitaufwendig und unnötig komplex. 77% der Befragten gaben an, dass sie aufgrund mangelhafter Verwaltungsprozesse einen Geschäftsauftrag verloren haben. 25% mussten deshalb ein Projekt abbrechen. Und 56% der deutschen Angestellten sagen, dass die Reisekostenabrechnung immer mehr Zeit in Anspruch nimmt als geplant. Anzeichen dafür, dass hier Handlungsbedarf besteht.

› www.adobe-newsroom.de

Sedai Holding **INVESTITION IN NEUES DRUCKZENTRUM**

Der Unternehmer Majid Sedai hat 70.000 m² Gewerbefläche im Norden von Bad Nenndorf erworben und will dort ein multimediales Druckzentrum errichten. »Mit dem Bau des neuen Produktionszentrums werden wir die Erfolgsgeschichte der Sedai Druck weiterschreiben, neue Arbeits- und Ausbildungsplätze in der Region schaffen«, berichtet Sedai.

Mit der Fertigstellung sei 2020 zu rechnen. Die Unternehmensgruppe wird einen mittleren zweistelligen Millionenbetrag investieren.

Majid Sedai ist seit zwei Jahrzehnten als Gesellschafter verschiedener Unternehmen aktiv. Er ist unter anderem Inhaber der Sedai Holding GmbH und der Sedai Druck GmbH & Co. KG in Hameln. Beide Unternehmen sind in der Werbung und der Herstellung von Werbeprodukten sowie mit eigenen Online-Druckereien tätig.

› www.sedai-druck.de

Papyrus France an Inapa **INAPA SCHWEIZ GEHT AN PYPYRUS**

Papyrus AB hat das gesamte Schweiz-Geschäft der Inapa-Gruppe übernommen. Die Inapa Schweiz AG erzielte 2015 Einnahmen in Höhe von etwa 52 Mio. €. »Papyrus ist bereits erfolgreich in der Schweiz aktiv. Das Team der Papyrus Schweiz unter der Leitung von Peter Meier wird seine Stärken im Markt nun weiter ausbauen und den Kunden eine noch breitere Palette an Dienstleistungen und Lösungen anbieten«, erklärt Christoph Sander, Verwaltungsratspräsident und CEO von Papyrus.

Gleichzeitig bringt Papyrus mit der Übertragung der Papyrus France Holding SAS an die Inapa-Gruppe den Verkauf seines Frankreich-Geschäfts zum Abschluss. Papyrus hatte im September 2016 angekündigt, unterschiedliche Optionen zu prüfen und hat die Transaktion nunmehr abgeschlossen.

www.papyrus.com

RAPID

TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

Konjunkturtelegramm Dezember 2016

STIMMUNG WEITER UNTER VORJAHRES-NIVEAU



Im Dezember 2016 hat sich die Stimmung in der Druck- und Medienwirtschaft erneut eingetrübt. Der saisonbereinigte Index zur Beurteilung der aktuellen Geschäftslage ging um 0,7% auf 107,3 Zähler zurück und lag damit 3,3% unter Vorjahresniveau. Dabei blickten die Druckunternehmer skeptischer in die Zukunft. Der Index ihrer Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate sank gegenüber dem November um 1,8% auf 96,8 Zähler. Zudem lag das Vorjahresniveau um 4,1% höher.

Die Entwicklung des saisonbereinigten Geschäftsklimaindexes der Druckindustrie – ein geometrisches Mittel der Geschäftslagebeurteilung und der Geschäftserwartungen – spiegelt die negativen Tendenzen der beiden Komponenten des Indexes wider. Der Index zählte im zurückliegenden Dezember 101,9 Punkte, lag 1,2% unter dem Wert des Novembers und 3,7% unter dem des Vorjahres.

Die negative Beurteilung der Geschäftslage führt der Bundesverband Druck und Medien auf vergleichsweise schwache saisonale Einflüsse zurück. Zwar entwickelten sich Auftragsbestand, Produktion und Nachfragesituation im Dezember gegenüber dem Vormonat positiv, nicht jedoch gegenüber dem Vorjahr. Bezeichnenderweise berichteten 57% der befragten Druckunternehmen, dass sie mit Überstunden arbeiten. Die Erwartung schien hingegen von zurückgehenden Produktionsplänen und dem abnehmenden Exportgeschäft beeinflusst worden zu sein. > www.bvdm-online.de

TRENNUNG ABGESCHLOSSEN Conduent Incorporated hat die Trennung von Xerox abgeschlossen und ist ab sofort eine unabhängige, an der New Yorker Börse notierte Aktiengesellschaft. Das Unternehmen startet nach eigenen Angaben als weltweit größter, auf Business Process Services (BPS) spezialisierter Anbieter mit einem Jahresumsatz von rund 6,7 Mrd. US-Dollar und über 93.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern. > www.conduent.com

KODAK INKJET-GESCHÄFT KODAK BLEIBT AUF PROSPER SITZEN

»Wir rechneten mit dem Verkauf des Prosper-Geschäfts bis zum Jahresende 2016«, sagt Philip Cullimore, verantwortlich für den Geschäftsbereich Inkjet bei Kodak. Bisher wurde aber nichts daraus.

Das es nicht leicht würde, das Geschäft rund um die Inkjet-Rollenmaschine Prosper zu verkaufen, war schon abzusehen, als Kodak kurz vor der drupa seine Verkaufsabsichten öffentlich machte. Schließlich handelt es sich bei der Prosper sowie der Nachfolge-Technologie Ultra-stream um Continuous Inkjet, ein Verfahren, das nahezu alleine am Markt ist. Andere Hersteller arbeiten auf Basis der Drop-on-Demand-Technik, die nach Angaben vieler Hersteller einfacher zu handhaben ist. Doch es scheint nicht nur an der Technik zu liegen. Laut



Philip Cullimore sucht Kodak jetzt nach Möglichkeiten, das Inkjet-Geschäft schlanker zu organisieren, »um die betriebswirtschaftliche Leistung zu maximieren und Marktchancen im Verlagsdruck, bei der Produktion hochvolumiger Mailings und im Druck von Verpackungen wahrzunehmen.« Darüber hinaus plant Kodak, das Geschäft stärker auf Druckkopf-Komponenten und die weitere Entwicklung der Ultra-stream Technologie auszurichten.

Zwar konnte Kodak laut Cullimore in den ersten neun Monaten des Jahres 2016 immerhin zwölf Digitaldruckmaschinen platzieren (mehr als in jedem anderen ver-

gleichbaren Zeitraum) und beim Verbrauchsmaterial im 3. Quartal einen Anstieg von 41% beim Umsatz verzeichnen, doch scheint dies für mögliche Käufer nicht attraktiv genug zu sein. Allerdings habe Kodak im Verlauf des Jahres 2016 bei der Entwicklung der Ultra-stream Inkjet-Technologie große Fortschritte gemacht. »Sechzehn führende Hersteller von Drucktechnik haben einen Letter of Intent für die Entwicklung von Produkten auf Basis der Ultra-stream Technologie unterzeichnet«, sagt Cullimore. Deshalb sollen die Gespräche mit potenziellen Käufern 2017 weitergeführt werden.

Neschen NEUSTART MIT NEUER GESELLSCHAFT

Die Zukunft der über 125 Jahre alten Traditionsmarke Neschen aus Bückeburg ist gesichert. Zum 1. Dezember 2016 hat die Neschen Coating GmbH, als Tochtergesellschaft der Blue CAP AG, den Geschäftsbetrieb von Neschen übernommen. Mit der Blue CAP AG, einer börsennotierten Beteiligungsgesellschaft mit Sitz in München, wurde ein neuer Eigentümer gefunden, der sich darauf spezialisiert hat, mittelständische technologiegetriebene Unternehmen weiter zu entwickeln und dabei die Unternehmensidentität zu bewahren. Alle Mitarbeiter in Bückeburg wurden mit dem Übergang in die neue Gesellschaft übernommen. Das neue Unternehmen führt den Geschäftsbetrieb der Neschen AG in vollem Umfang und ohne Übergangszeit fort. Die Vorbereitungen hierfür liefen bereits seit dem 1. Juli 2016 und sind mit dem Betriebsübergang abgeschlos-



sen. Im Zuge der Übernahme wurde **Kai Tittgemeyer** zum Geschäftsführer der Neschen Coating bestellt. Auch die Tochtergesellschaften der Neschen Handelsorganisation Filmolux in Benelux, Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich wurden vollständig in die Neschen Coating GmbH überführt. Das Unternehmen musste, auf Grund von Fehlern in der operativen Struktur in den letzten Jahren, im Juli 2015 Insolvenz in Eigenverwaltung anmelden. > www.neschen.de

VDMB ERFOLGREICHES VERBANDSJAHR 2016

Auf seiner Strategisierung hat der Vorstand des Verbandes Druck und Medien Bayern (VDMB) die wichtigsten Entwicklungen der Druckbranche diskutiert und die Ziele für 2017 definiert. Ganz oben auf der Agenda stehen die Themen Industrie 4.0 und das Gewinnen von Nachwuchs und Fachkräften. »Industrie 4.0 ist kein Hexenwerk, sondern kann Unternehmen helfen, in einer digitalen Zukunft erfolgreich zu sein, sich mit Kunden wie Lieferanten zu vernetzen und noch näher an den Kundenbedürfnissen zu produzieren«, beschreibt Christoph Schleunung, VDMB-Landesvorsitzender, die Relevanz des Themas. Ebenfalls einen Schwerpunkt in der Arbeit des Verbandes sieht der Vorstand in der Steigerung der Attraktivität des Leistungsangebotes für Mitgliedsunternehmen. »Die hohe Nachfrage nach Leistungen der VDMB ist uns ein Ansporn, den Mitgliedern einen noch größeren Mehrwert zu bieten«, so Christoph Schleunung. Der Vorstand blickte auch auf ein erfolgreiches Verbandsjahr zurück. Höhepunkte waren die Auszeichnung als Verband des Jahres durch die Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement sowie die Jahrestagung zum 70-jährigen Verbandsjubiläum in Nürnberg mit über 200 Teilnehmern.

» www.vdmb.de

LACKE UND DRUCKFARBEN LEICHTES WACHSTUM ERWARTET

Der Umsatz der 2,6 Mio. Tonnen in Deutschland hergestellten Lacke, Farben und Druckfarben lag 2016 wieder über 8 Mrd. Euro. 1,76 Mio. Tonnen davon werden in Deutschland verarbeitet.

Daraus ergibt sich laut Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) ein Inlandsumsatz von 5,5 Mrd. €. Beschichtungsprodukte, Baufarben und Industrielacke ließen die Umsätze im abgelaufenen Jahr um 1,6% steigen. Der Druck-



farbenabsatz stagnierte allerdings, die Umsätze gingen sogar um 3,0% zurück. An der Gesamtherstellungsmenge haben die Druckfarben einen Anteil von knapp 20% oder 508.000 Tonnen im Wert von 1,4 Mrd. €. Deutsche Druckfarben sind in ganz Europa begehrt, weshalb sie in hohem Umfang exportiert werden. Der Inlandsmarkt hat eine Größe von 291.000 t bei Umsätzen von rund 800 Mio. €. Bei den in Deutschland verkauften Mengen an Druck-

farben gab es 2016 keine wesentlichen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Über viele Jahre rückläufig waren die Absätze von Zeitungs- und Zeitschriften-druckfarben. Seit 2015 ist hier eine Stabilisierung festzustellen. Verpackungsdruckfarben zeigen unregelmäßige Marktverläufe, seit 2014 aber mit positiver Tendenz, teilte der VdL mit. Für das kommende Jahr erwarten die Hersteller von Druckfarben einen leichten Anstieg des Inlandsverbrauchs um 1%. Dabei würden die Impulse hauptsächlich vom Verpackungsdruck ausgehen, da sich die Nachfrage der privaten Haushalte nach Verbrauchsgütern recht positiv zu entwickeln scheint. Allein in Deutschland werden nach Angaben des Verbandes Jahr für Jahr Verpackungen im Wert von 32 Mrd. € hergestellt; dazu leisten die Druckfarben einen enormen Beitrag.

Für das kommende Jahr sind die Hersteller in Deutschland vorsichtig optimistisch. Der VdL geht davon aus, dass die Konjunktur stabil bleiben wird, die Abnehmerbranchen sich weiterhin positiv entwickeln und die Inlandsabsätze steigen werden. Daher werden die Umsätze 2017 wohl auf über 8,1 Mrd. € bei einer Produktionsmenge von 2,63 Mio. t ansteigen.

» www.lackindustrie.de

Flyeralarm Menu Design EDEL-SPEISEKARTEN UND ZIMMERMAPPEN

Sie sind in Hotels und Restaurants der Luxusklasse in Amerika, Kanada und der Karibik überaus beliebt: Die Speisekarten und Hotelzimmermappen der US-amerikanischen Marke Boxerbrand. Waren sie hierzulande nur über Umwege oder gar nicht erhältlich, hat sich Flyeralarm Menu Design, die Tochterge-



Boxerbrand steht seit fast 30 Jahren für hochwertige Karten in unzähligen Varianten (erhältlich in diverse Größen, Seiten, Farben und Veredelungen).

sellschaft der B2B-Online-Druckerei, jetzt die alleinigen Vertriebsrechte auf dem europäischen Kontinent und Großbritannien gesichert. Kunden können ab sofort über eine neue deutschsprachige Website die hochwertigen, meist handgefertigten Produkte von Boxerbrand gestalten und bestellen. Die Boxerbrand-Produkte fallen aus dem üblichen Rahmen und sind echte Hingucker. So gibt es etwa eine Weinkarte aus natürlichem Kork, luxuriös schimmernde Barkarten aus Nylon, Mappen aus robustem Leinen oder klassischem Kalbsleder; Logos können in Folien- oder Blindprägung aufgebracht werden. Die Produkte sind darauf ausgerichtet, sehr lange haltbar zu sein und eleganten Eindruck zu erwecken.

» flyeralarm-menudesign.com
» www.boxerbrand.com/de

Adobe-Studie MOBILE COMMERCE WÄCHST WEITER

Der über Smartphones generierte Umsatz ist im vergangenen Jahr in Europa signifikant angestiegen, in Frankreich und Großbritannien hat er sich gar verdoppelt. Auch in Deutschland geht der Trend in Richtung mobiles Shopping (90%). Trotz des Wachstums beim Smartphone-Umsatz bleibt der PC

weiterhin die Cash-Cow des E-Commerce: Der deutsche Handel verbuchte 79% seines Jahresumsatzes über den Desktop-Kanal und nur 9% über das Smartphone. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle »ADI Mobile Retail Report 2016« von Adobe. Ein ähnliches Bild zeigt der Report beim Online Retail Traffic: Auch bei den Visits auf Händler-Webseiten überzeugt das Smartphone als Traffic-Bringer mit einem Wachstum von durchschnittlich 54% in Europa. Die Bedeutung von Desktop-PCs nimmt dagegen im Jahresvergleich etwas ab (-6%). Insgesamt behält dieser Kanal jedoch auch beim Traffic die Nase vorn: 74% der Visits laufen nach wie vor über den Desktop.

» www.adobe.com

ÜBERNAHME Westland übernimmt das Coesfelder Werk der Impreglon Oberflächentechnik GmbH (ehemals Bronk Gummi- und Kunststoffwerk). Der Betrieb wird künftig eigenständig als Westland Walzentechnik GmbH firmieren und ein weiteres Tochterunternehmen der Westland-Gruppe. Schwerpunkte der Tätigkeit liegen in der Beschichtung von Spezialwalzen und PU-Formteilen. Die Westland-Gruppe mit Stammwerk in Melle ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen und zählt rund 700 Mitarbeiter in Europa, Asien und USA. Sie ist führender Anbieter von Elastomer-Komponenten und fertigt neben Walzen- und Sleeve-Gummierungen auch Elastomer-Formteile für andere Industrien. 2015 erzielte die Unternehmensgruppe mit 13 Produktionsstandorten in neun Ländern einen Umsatz von mehr als 75 Mio. €. › www.westland.eu

ZUKAUF Matthews International hat die Unternehmen A. + E. Ungricht GmbH und Dornbusch Engraving GmbH erworben. Ungricht ist Anbieter von Vorstufen-Dienstleistungen, Tiefdruck- und Prägezyklern mit Sitz in Mönchengladbach. Dornbusch in Kempen fertigt Prägwalzen und bietet dazugehörige Dienstleistungen an.

NEUE VERTRIEBSPARTNER Die Epple Druckfarben AG, Neusäß, stärkt ihre Marktstellung in Europa und intensiviert die Zusammenarbeit mit exklusiven Vertriebspartnern, zunächst in Großbritannien, Benelux und in Skandinavien. »Als Marktführer für Bogenoffsetfarben in Deutschland wollen wir unsere Aktivitäten durch eine stärkere Präsenz in bedeutenden europäischen Märkten forcieren«, erklärt Gunther Gerlach, Vorsitzender des Vorstands der Epple Druckfarben AG. Zu den in Europa nachgefragten Epple-Innovationen zählen der migrationsunbedenkliche Innenseitendruck auf Verpackungen, zukunftssichere Akzidenzfarbsysteme, UV-LE- und UV-LED-Farben und ein breites Lackportfolio. › www.epple-druckfarben.de

ZUSAMMENARBEITEN 4.0 Viele kleine und mittlere Betriebe haben dasselbe Problem. Auftragsschwankungen erschweren die Planung von Maschinen und Personal; Fachkräftemangel, Krankheit und mehr tun das ihre hinzu. Über eine Online-Plattform will das Schweizer Internet-Start-up FaberPlace KMU zusammenbringen, Schwankungen ausgleichen und Spitzenzeiten überbrücken. »Zusammenarbeit 4.0« oder »intelligentes Teilen« nennt dies IT-Unternehmer Martin Frischknecht, der die Online-Plattform mit drei Partnern gründete: Die Vernetzung biete großes wirtschaftliches und gesellschaftliches Potenzial. « › www.faberplace.com

GREEN BUILDING Rund ein Jahr nach dem Spatenstich wurde das neue Firmengebäude der Schreiner Group, unter dem Leitgedanken der Nachhaltigkeit konzipiert, eröffnet. Die lichtoffenen und vollständig CO₂-neutralen Büroräume, an deren Gestaltung die Mitarbeiter selbst mitwirkten, wurden Mitte November bezogen. Auch das Gebäude ist komplett klimaneutral. › www.schreiner-group.com

KBA-MetalPrint

CLEANAIR-BEREICH VERKAUFT

Rückwirkend zum 1. Dezember 2016 hat die KBA-MetalPrint GmbH in Stuttgart ihren CleanAir-Bereich an die Dürr Systems AG in Bietigheim-Bissingen verkauft. Die von KBA-CleanAir hergestellten thermischen Abluftreinigungsanlagen werden bei den eigenen Blechdrucklinien, in anderen Bereichen der



Mit dem Verkauf des CleanAir-Bereichs bündelt KBA-MetalPrint seine Wachstumskräfte im Kerngeschäft mit Druck- und Lackierlinien für Blechtafeln.

Druckindustrie, bei der Farben- und Lackherstellung, der Oberflächenveredelung und in der Chemischen Industrie eingesetzt. Die knapp 20 Mitarbeiter erzielten 2016 mit Systemen zur Reinigung lösemittelhaltiger oder geruchsintensiver Abluft einen knapp zweistelligen Millionen-Umsatz. Geschäftsführer Ralf Gumbel zu den Hintergründen für den Asset-Verkauf: »Im Markt der Abluftreinigungstechnik sind wir nur im Teilbereich der thermischen Systeme vertreten. Für den langfristigen Erfolg sind ein breiteres Portfolio, ein globaler Auftritt und eine andere Größenordnung entscheidend. Deshalb haben wir beschlossen, unsere Kräfte auf unser Kerngeschäft mit Produktionslinien zum Bedrucken, Lackieren und Trocknen von Blechtafeln zu konzentrieren.«

› www.kba.com

Hohe Investitionen bei Höhn **MODERNSTE MASCHINENTECHNIK**

Kunden optimal bedienen, Wachstum generieren und Arbeitsplätze sichern, so formuliert Geschäftsführer Sebastian Haug die Investitionsziele der Höhn GmbH. Der Ulmer Spezialist für Displays, Faltschachteln, Verpackungen und Printprodukte setzt auf hohe Qualität und einen modernen Maschinen-



Über 3,4 Millionen Euro hat die Höhn GmbH im Jahr 2016 in modernste Maschinenteknik investiert.

park. Deshalb wurde im Jahr 2016 kräftig investiert, wobei der Investitionsschwerpunkt im Bereich Druck lag. Ausgewechselt wurden eine 5-Farben- sowie eine 6-Farben-Druckmaschine durch eine Heidelberger XL106 6-Farbendruckmaschine mit Lackwerk im Format 75 x 106 cm. Parallel dazu wurde auch eine Schneidmaschine ersetzt. Der neue Schnellschneider Polar N 137 AT HD kann Daten direkt aus der Druckvorstufe übernehmen und in ein Schneidprogramm umwandeln. Mit den umfangreichen Investitionen möchte Höhn auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben. Das Unternehmen setzt auf den Wachstumsmarkt Verpackungsdruck und präpariert sich für die neuen Anforderungen der Kunden im Akzidenzbereich: Hier zählen kurze Produktionszeiten, niedrige Kosten und hohe Qualität.

› www.hoehn-gruppe.com

Kinderbuch »Lost My Name« **2-MILLIONEN-MARKE GEKNACKT**

Persönliche Heldengeschichten liegen voll im Trend. Das Verlags- und Tech-Startup Lost My Name knackt mit seinem personalisierten Kinderbuch »Ach du Schreck, mein Name ist weg!« weltweit die 2-Millionen-Marke. Was als Herzensprojekt dreier Väter und einem Onkel begann, mit ihren Kindern beim



Das Kinderbuch »Ach du Schreck, mein Name ist weg« hat sich mittlerweile zwei Millionen Mal verkauft.

Vorlesen auf fesselnde Abenteuerreisen zu gehen, hat sich zu einem der erfolgreichsten Kinderverlagswerke der letzten Jahre entwickelt. Schon kurz nach dem Launch in 2014 eroberte »Ach du Schreck, mein Name ist weg!« den britischen und amerikanischen Markt. Während sich das Startup in Großbritannien die Pole Position des meistverkauften Kinderbuchs des Jahres sichern konnte, führt das Buch in den USA die Hitliste als schnellstes verkauftes Bilderbuch für Kinder im Monat Dezember an. Auch in Deutschland boomt das Geschäft mit der persönlichen Heldenreise. Bereits 138.602 Exemplare wurden online bestellt.

Gedruckt wird das Buch in Deutschland von Elanders Germany in Waiblingen.

www.lostmy.name

NPED UND VDMA WELTWEITER MARKT FÜR VERPACKUNG

Der VDMA und sein Schwesterverband NPES in den USA haben eine großangelegte Studie zum weltweiten Verpackungsdruckmarkt vorgelegt. Fazit: Der Markt wächst.

Nach der gemeinsamen Studie von VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) und dem US-Verband NPES stiegen die Gesamtumsätze im Verpackungsmarkt seit 2011 weltweit von 231 Mrd. \$ auf 242 Mrd. \$ im Jahr 2015. Für den Zeitraum von 2015 bis 2020 wird für den Verpackungsdruck ein Anstieg um 18% beziehungsweise 44 Mrd \$ auf 286 Mrd. \$ prognostiziert.

2015 konzentrierten sich 78% der weltweiten Verpackungsdruckumsätze auf die Märkte USA, China, Japan, Deutschland und Großbritannien, wobei künftiges Wachstum in den Schwellenländern, vor allem im asiatisch-pazifischen Raum, zu erwarten sei, prognostiziert die Studie. Das Wachstum der Schwellenmärkte als Folge einer wachsenden Mittelschicht, rasch steigender Einkommen und Urbanisierung bleibt der Studie zufolge die treibende Kraft für die Zukunftsperspektiven der Verpackungsdruckindustrie. Regional betrachtet ist der asiatisch-pazifische Raum der Markt, für den bis zum Jahr 2020 das größte Wachstum auf 130 Mrd. \$ vorhergesagt wird, während Nordamerika den Projektionen zufolge 90 Mrd \$ und Westeuropa 52 Mrd. \$ erreichen wird. Alle Unterkategorien des Verpackungsdrucks würden

eine durchschnittliche Wachstumsrate von 3% bis 5% aufweisen, wobei der Wellpappendruck mit etwa 101 Mrd \$ im Jahr 2020 den höchsten Anteil am globalen Verpackungsmarkt habe, auch wenn dieser Bereich zwischen 2010 und 2016 mit 3,5% das geringste Wachstum aufwies. Der flexible Verpackungsdruck sei mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 5,7% jährlich und Umsätzen von 73 Mrd \$ im Jahr 2020 das am schnellsten wachsende Segment. Bei Faltschachteln, Etiketten, Segmente wie Direktdruck auf Metall und starre Kunststoffe werden die einzelnen Märkte laut Studie in den entwickelten und aufstrebenden Ländern unterschiedliche Wachstumsraten aufweisen.

› www.npes.org

› dup.vdma.org

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle drei Wochen im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail:

nico@druckmarkt.com

MENSCHEN & KARRIEREN



Das österreichische Tochterunternehmen der Carl Berberich GmbH, die Berberich Papier Ges. m. b. H. in Thalgau, hat seit 1. November 2016 **Harald von Hinüber** als neuen Geschäftsführer. Der studierte Betriebswirt verfügt über eine langjährige

Erfahrung in der Papierbranche und übernimmt die Verantwortung für die beiden österreichischen Niederlassungen in Thalgau bei Salzburg und Brunn am Gebirge nahe Wien. •

Jonas Hock verstärkt im Herma Geschäftsbereich Haftmaterial seit Oktober den nationalen Vertrieb und betreut Kunden aus dem Vertriebsgebiet West,



das sich von Karlsruhe bis Münster erstreckt. • Seit September 2016 verstärkt **Peter Kienle** als zweiter Geschäftsführer neben Sebastian Haug die Leitung der Höhn GmbH Ulm. Kienle

hatte zuvor 25 Jahre in der Herstellung und im Vertrieb von Wellpappe und Wellpappenprodukten Erfahrungen gesammelt. • Auch nach der Aufteilung von Xerox Ende 2016

bleibt **Jacqueline Fechner** weiterhin in ihrer Position als Managing Director der Xerox GmbH. Dabei wird sie einen Fokus auf das Dokumenten-Management-Outsourcing legen und den Ausbau des Geschäftsbereichs rund um die mittelständischen Unternehmen durch verstärkte Channel-Partner-Präsenz in Deutschland vorantreiben. • Scodix gibt die Ernennung von

Franz Repp zum deutschen Vertriebsleiter bekannt. Mit der starken Nachfrage nach digitalen Druckveredelungssystemen in der D/A/CH-Region gewinnt der Vertrieb in diesem Bereich eine neue Bedeutung. Repp verfügt über mehr als 25 Jahre Vertriebs-



erfahrung mit Schwerpunkt in der Druck- und Grafikindustrie. • DS Smith hat **Isabel Rocher**, frühere Europa-



leiterin des Bereichs Verpackungen und Versandmaterialien von Amazon, an die Spitze des neuen Spezialistenteam E-Commerce berufen. In ihrer Funktion als Head of E-Commerce wird sie sich für

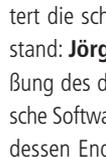
die Weiterentwicklung des E-Commerce-Angebots von DS Smith europaweit auf die Teams für Marketing, Entwicklung und Innovation stützen. • Zum 1. Januar 2017 werden **Dr. Martin Schreer** und



Andreas Jastrzembowski neue

Geschäftsführer der Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH. Sie folgen auf Gerhard Schoon, der Ende 2016 in den Ruhestand verabschiedet wurde. Dr. Schreer folgt als neuer Technischer Geschäftsführer,

Andreas Jastrzembowski wird neuer Kaufmännischer Geschäftsführer. • Vor dem Hintergrund des geplanten Wachstums erweitert die schwedische MWM Group AB ihren Vorstand: **Jörgen Karlsson** soll künftig die Erschließung des deutschen Marktes durch das schwedische Software- und Beratungs-Unternehmen sowie dessen Engagement in der Verpackungsbranche vorantreiben.



Er ist als Geschäftsführer der Schoeller Technocell GmbH in der Funktion des Chief Technology Officers für die Bereiche F&E, Ingenieurwesen, Energiemanagement sowie Intellectual Property/Patente verantwortlich.



› www.felix-schoeller.com

Felix Schoeller Group

VERÄNDERUNGEN IN DER FÜHRUNGSEBENE

Mit Wirkung zum 1. Januar 2017 wurden in der Felix Schoeller Group verschiedene Veränderungen in der Geschäftsleitung des Unternehmens vollzogen.



Hans-Christoph Gallenkamp, der zum 1. Januar 2015 zum stellvertre-

tenden Vorsitzenden der Geschäftsführung ernannt wurde, bekleidet seit 1. Januar 2017 die Position des Chief



Operating Officers des Unternehmens.

Stephan Igel und **Georg**



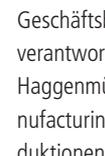
Hagemüller wurden zum 1. Januar 2017 zu Geschäfts-

führern der Felix

Schoeller Holding ernannt.

Beide sind bereits seit einigen Jahren im Unternehmen und haben währenddessen verschiedene Führungsaufgaben innegehabt. Igel ist in seiner Geschäftsführungsfunktion als Chief Sales Officer gesamtheitlich für den Geschäftsbereich Technocell

verantwortlich, während Hagemüller als Chief Manufacturing Officer die Produktionen aller Standorte des Unternehmens führt.



Bereits zum 1. April 2016 trat **Gerhard Hochstein** in das Unternehmen ein.



Er ist als Geschäftsführer der Schoeller Technocell GmbH in der Funktion des Chief Technology Officers für die Bereiche F&E, Ingenieurwesen, Energiemanagement sowie Intellectual Property/Patente verantwortlich.

› www.felix-schoeller.com

COLDSET PRINTING PARTNERS GROSSINVESTITION IN PRINT

Mit zwei neuen doppeltbreiten Rotationen KBA Cortina und einem umfangreichen Retrofitprogramm an der bestehenden KBA Commander-Anlage investiert die Zeitungsdruckerei Coldset Printing Partners (CPP) aus Belgien intensiv in Print. Bei CPP werden zahlreiche Tageszeitungen produziert und mit der neuen Konfiguration sollen auch Tagesproduktionen von Semicommercials verstärkt produziert werden.

Text und Bild: KBA

Alles aus einer Hand war uns sehr wichtig. Die große Herausforderung ist es, die umfangreichen Retrofitmaßnahmen und die Installation der neuen Maschinen perfekt aufeinander abzustimmen. Angesichts unserer langen Partnerschaft sind wir überzeugt, dass Koenig & Bauer diese Aufgabe hervorragend lösen wird«, sagt CPP-Geschäftsführer Paul Huybrechts.

Mitte kommenden Jahres wird die erste von sechs Retrofitphasen beginnen. Die beiden KBA Cortinas gehen 2018 und 2019 am Druckereistandort Paal-Beringen in Produktion. Durch die variable Papierbahnbreite (1.200 mm – 1.620 mm) der Cortinas können unterschiedlichste Formate produziert werden. Das wasserlose Coldset-Verfahren der Cortina gewährleistet eine exzellente Druckqualität bei Zeitungen, Zeitschriften und Sonderpublikationen mit minimaler Makulatur. Der Verzicht auf Feuchtwerte schon die Umwelt, die kompakte Bauweise und die weitgehende Automatisierung

der Maschine entlastet die Bediener.

Die beiden Cortinas bestehen aus jeweils zwei Rollenwechslern, zwei Drucktürmen und einem Falzapparat. Die umfangreiche Automatisierung mit Platten- und Umfangswechsel, CleanTronic-Waschanlagen, RollerTronic-Walzenschlössern sowie Farb- und Schnittrasterregelungen reduziert die Rüstzeiten und den Wartungsaufwand.

Jede der beiden Anlagen kann Zeitungen mit bis zu 64 Seiten im Tabloid-Format drucken. Die variable Bahnbreite und ein im Coldset nur bei der wasserlosen Cortina einsetzbares Lackierwerk ermöglichen neben den eigenen Tageszeitungen hochwertige Semicommercials für branchenfremde Zielgruppen. Diese werden von anderen Cortina-Anwendern bereits sehr erfolgreich produziert. Weitere Lackierwerke und Heißlufttrockner können nachgerüstet werden.

Rollenwechsler, Drucktürme, Falzapparate, Steuerungselemente und Leitstände der bestehenden KBA Commander werden auf den aktuellen Stand der Technik gebracht. So



Nach der Vertragsunterzeichnung (von links): Thomas Hornung und Steffen Thoma, KBA-Digital & Web Solutions; Thomas Potzkai, Bereichsleiter Service und Projektmanagement KBA-Digital & Web Solutions; Pascal Coenen, Projektleiter Coldset Printing Partners; Paul Huybrechts, Generaldirektor Coldset Printing Partners; Christoph Müller, CEO KBA-Digital & Web Solutions; Joachim Barthelme, Bernd Hillebrand, Peter Benz und Herbert Kaiser, KBA-Digital & Web Solutions.

werden die viertelbreiten durch ganzbreite Farbkästen ersetzt sowie Mechanik, Pneumatik, Steuerungs- und Antriebstechnik überholt beziehungsweise erneuert.

Für künftige Produktionsanforderungen werden fünf von zwölf Drucktürmen der KBA Commander demonstrieren und ein Falzapparat versetzt. Durch sechs aufeinander abgestimmte Retrofit-Phasen bis Mitte 2019 wird der Einfluss auf die tägliche Produktion minimiert.

Coldset Printing Partners (CPP) wurde 2010 von den beiden belgischen

Medienhäusern Corelio und Concentra gegründet. CPP ist seitdem die größte Zeitungsdruckerei des Landes. Neben den Zeitungen »De Standaard«, »Het Nieuwsblad«, »De Gentenaar«, »L'Avenir«, »Gazet van Antwerpen«, »Het Belang van Limburg«, »De Limburger« und »Metro« in der Nacht werden schon heute viele Tagesprodukte gedruckt. Mit den beiden neuen Cortina-Sektionen wird effiziente und sehr flexibel einsetzbare Technik für hochwertige Druckprodukte zur Verfügung stehen. ■



Ansicht der zwei neuen Cortina-Sektionen und der KBA Commander nach dem Retrofit.



ERLEBEN SIE DAS LEBENDIGE KULTURERBE DRUCKTECHNIK IM LEIPZIGER MUSEUM FÜR DRUCKKUNST. **NUTZEN** SIE DIESEN AUTHENTISCHEN ORT DER INDUSTRIEKULTUR FÜR IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KUNDEN. **TREFFEN** SIE SICH ZUM NETWORKING IN DER FÖRDERGESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSPEICHER RUND UM PRINT. **WIRKEN** SIE MIT AM TREFFPUNKT DER DRUCKBRANCHE. **BETEILIGEN** SIE SICH AM ERHALT UND AUSBAU DER PRIVATEN MUSEUMSTIFTUNG. **SPENDEN** SIE AUF DAS KONTO: DE 92 8605 5592 1100 3969 14.

WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE

Museum
für
Druckkunst
Leipzig



FUTURE SUMMIT PRINT DIE ZUKUNFT IST NICHT LINEAR

Seit sechs Jahren veranstaltet die Fachzeitschrift Werben und Verkaufen in Kooperation mit der paneuropäischen Organisation Print Power, die sich den Printmedien im Marketing-Mix widmet, und dem Verband Druck und Medien Bayern VDMB den Kongress ›Future Summit Print‹. Mit großem Erfolg – und auch Ende 2016 hat sich die Fahrt nach München wieder gelohnt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Er sei mit seinem Tesla angegeistert, im Autopilot-Modus, sagte er. Und während das nahezu selbstfahrende Elektroauto seinen Weg zum ›Future Summit Print 2016‹ fand, sei dem Zukunftsforscher Matthias Horx Zeit zum Lesen geblieben. In München angekommen, erklärte er dann den rund 250 Managern aus Unternehmen, Agenturen, Verlagen sowie

aus der Papier- und Druckindustrie, dass die Renaissance von Print schon begonnen habe.

»Die Zukunft entwickelt sich nicht linear«, sagte Horx. Deshalb lassen sich auch die Erfolge digitaler Medien nicht mit den alten Wachstumsraten fortschreiben. Er nannte in diesem Zusammenhang beispielsweise das E-Book. Die ansteigende Kurve sei längst abgeflacht und der Marktanteil hat sich bei wenigen Prozent eingependelt. Auch die sogenannten

›Sozialen Medien‹ seien längst über dem Peak. Und er machte deutlich, dass kein Medium durch ein anderes ersetzt werde. Aber: »Medien verändern sich, erhalten einen anderen Stellenwert oder verzweigen sich.« Wir haben das bei den Zeitungen gesehen: Es dauerte Jahrhunderte, bis sie zu dem wurden, was wir heute als Tageszeitung kennen. Daraus entstanden Wochen- und Sonntagszeitungen, Anzeigenblätter und kostenlose Zeitungen. Was bei anderen

Massenmedium wie dem Fernsehen ebenso zu beobachten ist.

»Ein System lässt sich allerdings nur durch ein anderes System verstehen«, sagte Horx. So spiele die Digitalisierung letztendlich auch den Zeitungen und Zeitschriften sowie anderen Print-Produkten in die Hände. Denn das Internet produziert laufend ›News‹ und hat durch diese Frequenz inzwischen eine ›Erregungskultur‹ geschaffen, die vielen Menschen unheimlich geworden ist.

Das große Retro

So treffen Trends auf Gegentrends. Das spiegelt sich auch im Entstehen von ›Constructive News‹ wider. Mutmachende Schlagzeilen beschwören dabei eben keine Ängste, sondern zeigen Lösungen auf.

Daraus entwickelten sich wiederum ein Mehr an Achtsamkeit. »Achtsam ist der, der aufpasst, was er in sein Hirn lässt«, sagte Horx. Und gerade Print bietet mediale Achtsamkeit.

So wurde aus der Keynote von Matthias Horx, die mit dem Schreckgespenst ›Digitaler Tsunami‹ startete, schließlich fast noch etwas Versöhnliches für alle, denen in den letzten Jahren stets ihr Untergang vor Augen gehalten wurde.

»Wir erleben im Moment das große Retro«, führte Matthias Horx, Gründer des Zukunftsinstituts, in seiner Key-Note weiter aus. Beste Beispiele dieses aufkeimenden neuen Zeitgeistes seien Bücher zum Ausmalen (siehe auch ›Druckmarkt impressions 112‹), Nierentisch und andere Design-Trends, Federhalter, Vinyl-Schallplatten und vieles mehr. »Es kehrt alles zurück, aber es stellt das Alte nicht wieder her«, relativierte Matthias Horx.

Chance für Print

Trotzdem. Horx zeigte, dass aus der Konfrontation von digitalen und klassischen Medien, aus der vernetzten und zunehmend digitaler werdenden Gesellschaft, die dem Traditionellen wohl nur scheinbar den Rücken kehrt, eine Chance für Print geworden ist.

Diese Erkenntnis zog sich wie ein roter Faden durch den ganztägigen Kongress. Standen in den vergangenen Jahren beim ›Future Summit Print‹ Trends wie Social Media, Augmented Reality oder Online-Marketing im Fokus, die Print als Hauptdarsteller im Medienmix verdrängen könnten, argumentierten die Referenten 2016 nicht mehr, warum sie Print einsetzen, sondern wie sie es in digitalen Zeiten tun. Druck-Erzeugnisse wurden von ihrer datengetrie-

benen, intelligenten Seite mit nahezu überraschend innovativen und kreativen Lösungen präsentiert.

Doch wenn die Menschen den Computer im Urlaub in der Ecke liegen lassen oder sogar das Handy abstellen, sind wir offenbar in der Ära der Achtsamkeit angekommen, dem bereits beschriebenen Gesellschaftstrend als Antwort auf die Digitalisierung. Dass damit für Unternehmen und Werbung treibende auch neue Chancen entstehen, liegt auf der Hand. Sie erreichen die Konsumenten mit neuen Kommunikationsstrategien, die sich aus der immer lauter werdenden, sich immer schneller drehenden Online-Welt wohltuend abheben.

Der Katalog als Auslöser

Das sind noch nicht einmal revolutionär neue Ansätze, sondern Strategien, die die unbestrittenen Vorteile von Drucksachen unter Zuhilfenahme von IT-Know-how nutzen. Eine der größten Stärken dieser Gattung ist nun einmal, dass Print strukturiert und ordnet.

Deshalb nimmt der gedruckte Katalog nach wie vor eine wichtige Rolle im Medienmix ein. Etwa beim Versandhändler Bonprix, wie Lars Gerber, Leiter Marke und Werbung, schilderte. Zwar mache Bonprix 80% seines Umsatzes via Internet, doch der substantielle Anteil sei durch den Katalog initiiert. Dabei setzt das sich allmählich zur eigenständigen Modemarke wandelnde Haus aber nicht auf kiloschwere Wälzer. »Über diese Kataloge hat meine Oma bestellt«, sagte Gerber, »heute macht man es auch, aber anders.« Denn sein Katalog ähnelt vielmehr einem Magazin, das der Leserin die aktuelle Welt der Mode präsentiert. Es geht bei der Kundenansprache nicht mehr um Abverkauf, sondern um Inspiration.

So wird aus dem ehemaligen Vertriebstool Katalog ein wesentliches Instrument im Content-Marketing. In der Kombination aus Inspiration und Information leitet es die viel zitierte Customer-Journey ein.



**KEEP
CALM
AND
PRINT
ON**

Talking about print online with Bernd Zipper
BEYONDPRINT 



Volles Haus beim ›Future Summit Print 2016‹ im Konferenzsaal der ›Süddeutschen Zeitung‹ in München. Bei dem ganztägigen Kongress zeigten die Referenten (hier im Bild Matthias Horx), wie sich Marken über das Medium Print mit wertschätzender Kommunikation verankern und ihre Zielgruppe dabei nachhaltig binden können. Eine Strategie, die nicht nur traditionelle Unternehmen für sich entdeckt haben, sondern auch immer mehr Online-Portale. Die Teilnehmer waren beeindruckt von der neuen Rolle, die Print bei Marketing-Entscheidern, Werbern und Kreativen einnimmt. Denn Papier ist längst zum Transporteur von Erlebnissen und zum Filter für Informationen geworden. Digitale Tools helfen dabei, Daten für eine persönliche Ansprache zu generieren, die den Kunden dann in strukturierter, übersichtlicher und gedruckter Form präsentiert werden.

Gleichzeitig ermöglicht der Katalog Storytelling, Content-Marketing, Segmentierung und auch die persönliche Ansprache. Durchgängig personalisierte Kataloge sind in der Markenführung aus Sicht von Gerber der nächste Schritt. Denn beim Einsatz von Katalogen und personalisierten Broschüren öffnen sich völlig neue Möglichkeiten der Kundenbindung.

Data-driven Print

Über den gedruckten Katalog hinaus stellt Data-driven Print in Versandhandel und E-Commerce neue Kommunikationswege bereit. Auch hier steht wiederum die intelligente Nutzung von Daten in Kombination mit dem Druck im Vordergrund. Dominik Romer erstellt mit seinem noch jungen Unternehmen Adnymics individualisierte Paketbeileger auf Basis der Daten des Surf- und Kaufverhaltens der Kunden.

Wer sich etwa beim Onlinehändler XY zweimal das gleiche Produkt angesehen, aber nicht gekauft hat, erhält mit der nächsten Bestellung einen persönlichen Flyer mit Informationen für das bisher nicht bestellte Produkt im Paket beigelegt. Hier werden also Online-Daten zu Offline-Werbung.

Das steigere die Aufmerksamkeit des Kunden enorm, sagte Romer, und erhöhe den Umsatz im Warenkorb um etwa 40%. Alles in allem sei die Konversionsrate bei den personalisierten Flyern um das 17,5-fache höher als bei statischen Daten.

Komplementär zu anderen Medien wirken

Gerade das Vertrauen der Menschen in das Medium Print ermutigt viele Verlage Wachstum über Neugründungen in Print zu erreichen. Dies beweisen insbesondere Magazine und Zeitschriften. Denn 2016 erlebte eine wahre Flut von Neuerscheinungen. Mit dabei auch die ›Frankfurter Allgemeinen Zeitung‹, die im letzten Jahr einige neue Blätter lancierte.

»Print schafft Vertrauen, vermittelt Qualität und hat einen Wert«, sagte Hannes Ludwig von der ›Frankfurter Allgemeinen Zeitung‹, Business Media, in seinem Beitrag. Sein Credo beim Aufbau neuer Geschäftsfelder der ›FAZ‹ lautet Verjüngen, Diversifizieren und Ausschöpfen. »Print wirkt auch in der digitalen Welt und muss noch stärker als früher komplementär zu anderen Medien wirken«, so sein Fazit.

EVENT-AMPEL

FUTURE SUMMIT PRINT

- Inhalte
- Qualität der Vorträge
- Länge der Veranstaltung
- Dokumentation
- Location
- Rahmenprogramm, Ausstellung
- Kosten

GESAMTURTEIL

- Spitzen-Event
- Sinnvoll
- Verbesserungswürdig
- Nur für Insider
- Nutzlos

Während die endlose Flut schneller Breaking News in den digitalen Medien unser Leben immer rastloser macht, sorgen die Printmedien für Entspannung sowie Einordnung und sorgen damit für den notwendigen Durchblick.

Roboterjournalismus?

Ob sich solche Inhalte auch automatisch erzeugen lassen und ob Robotics bei der Text-Konzeption helfen können, diskutierten Miriam Meckel, Chefredakteurin der ›Wirtschaftswoche‹ und W&V-Chefredakteur Jochen Kalka.

Roboterjournalismus sei überall dort einsetzbar, wo es um Zahlen und quantitative Fakten geht, sagt Miriam Meckel. Zum Beispiel bei den Themen Finanzen, Sport oder bei ergebnisorientierter Wahlberichterstattung. Mit dieser Unterstützung könnten sich Journalisten möglicherweise der wirklichen Recherche zuwenden. Meckel will die gesellschaftliche Relevanz des Journalismus allerdings nicht Algorithmen überlassen und bewertet den aufkommenden Roboterjournalismus eher kritisch: »Ich glaube, es wird immer noch einen erheblichen Unterschied im Journalismus geben. Ich will es zumindest glauben.«

Dennoch sind roboterähnliche Automatismen längst auf dem Weg in die Verlage. Anzeigen oder Banner können und werden heute bereits pro-

grammatisch gebucht. Eine Buchung an sich ist zwar kein kreativer Vorgang, doch erfordern solche Systeme das Fachwissen und Know-how geübter Medienprofis.

Denn es geht nach wie vor noch um das Abwägen der Vor- und Nachteile digitaler oder papiergebundener Kommunikation. Michael Schuld, Leiter Kommunikation und Vertriebsmarketing der Deutschen Telekom, beleuchtete in seinem Vortrag den emotionalen Touch von Print und dessen Rolle im Marketing-Mix der Telekom. Für ihn ist die Digitalisierung »Fluch und Segen zugleich.« Das lässt sich relativ einfach in Zahlen ausdrücken, die er nannte. »Ein gedrucktes Mailing ist einschließlich Porto zwar um den Faktor 16 mal teurer als eine E-Mail-Aussendung, dafür aber 20 mal effizienter.«

Print in Höchstform

›Innovation – Wirkung – Nachhaltigkeit‹ war das Motto des Events, das die Erwartungen erfüllt hat. Denn auch Print geht neue Wege. Dort, wo es sinnvoll ist und den Konsumenten ein Erlebnis beschert. Dabei hat Print seine olfaktorischen und haptischen Spielarten noch lange nicht ausgeschöpft. Auch wenn es im Alltag heute erst zu erahnen ist: Zuweilen läuft Print durch die Digitalisierung zur Höchstform auf. Davon können Publisher und Werbungtreibende profitieren. Und in dieser neuen Rolle wird auch noch mehr kommen.

DIE

WIRKUNG

DIE

ICH

AUF

MENSCHEN

HABE

IST

FAST

ERSCHRECKEND

I am the power of print.

Werden aktuelle Meldungen in Zeitschriften veröffentlicht, messen Leser diesen eine größere Bedeutung zu (33%) als jenen im TV (20%) oder Internet (10%).

Mehr unter www.print-power.info



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen. Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

CANON – DIGITAL TO GO

DAS VOLLE POTENZIAL VON PRINT

»Einfach digital! ... to go« – unter dieser Überschrift hatte Canon Kunden und Partner in das Customer Experience Center nach Venlo eingeladen. Die Veranstaltung bot ihnen die Gelegenheit, sich selbst ein Bild zu machen von den neuen Möglichkeiten, die moderne Digitaldrucktechnologie in Verbindung mit intelligenten Softwarelösungen für Druckereien bietet.

Text und Bilder: Canon

Der Digitaldruck verändert die Art und Weise, wie Printkommunikation funktioniert und kann eine Brücke ins »Industrie 4.0«-Zeitalter für die Druckbranche sein. Das bedeutet nicht nur eine weitgehende Automatisierung der Druckproduktion von der Bestellung bis zum eigentlichen Druckvorgang, sondern auch eine umfassende Vernetzung aller Kommunikationskanäle und der



daran beteiligten Partner. »Database is king«, brachte es **Mathieu Peeters**, Marketing Director B2B bei Canon Deutschland, auf den Punkt. »Kommunikation wandelt sich von der reinen Information zu einem Erlebnis für den Empfänger«, erklärte er. Durchdekliniert wurde das anhand des Themas »Kaffee« für eine ganze Reihe von Applikationen über eine

crossmediale Plattform mit automatisierten Prozessen inklusive Farbmanagement, Services und klimaneutralen Druckmaterialien an den verschiedenen Druck- und Weiterverarbeitungssystemen im Customer Experience Center. »Unser Experience Center ist kein Showroom, sondern eine echte Produktionsumgebung«, betonte Peeters.

Die Komfortzone verlassen

Die rund 150 Besucher folgten der Veranstaltung und den Referenten interessiert. Alexander W. Bohlender, Vorstand der Iffland AG, schilderte, wie sich sein Unternehmen vom Druckdienstleister zum POS-Marketing-Dienstleister gewandelt hat und was das für dessen Infrastruktur bedeutet. »Print verliert im digitalen Zeitalter an Bedeutung. Gerade deswegen müssen wir uns auf die Stärken von Print besinnen. Denn auch statische Inhalte werden weiter ge-

braucht«, umschrieb Bohlender das aktuelle Paradoxon. Angesichts dieser Herausforderungen müsse man als Drucker von der reaktiven in die proaktive Rolle wechseln: »Qualität ist kein Wert mehr an sich«, sagte Bohlender. »Die Kunden brauchen maßgeschneiderte Lösungen und diese am besten aus einer Hand.« Diversifizierung bedeute, das eigene Angebotsspektrum auch jenseits des gewohnten und möglicherweise seit Jahrzehnten gelebten Geschäftsmodells zu erweitern und seine »Komfortzone« zu verlassen, wie anschließend Marcus Timson, Mitbegründer und Mitveranstalter der Industriedruck-Fachmesse InPrint beschrieb. Es gehe darum, aktiv die eigene Zukunft zu definieren und die Kontrolle darüber zu behalten: »Bleiben Sie offen für Neues und flexibel«, riet Timson. Der Inkjet-Druck sei eine Technologie, die so gut wie alles individuell bedrucken kann – man müsse nur die richtigen Ideen haben.

Teil der smarten Umgebung

Abschließend ging Sascha Petereit, Market Segment Manager bei Canon Business Services, auf den Begriff »Industrie 4.0« und seine Bedeutung für die Druckindustrie ein. »Die meisten Menschen verbinden damit das Bild des unermüdlich arbeitenden Roboters. Maschinen, die automatisch einem vorgegebenen Programm folgen, sind aber nichts Neues«, so Petereit. »Das Neue ist, das diese Maschinen nun mit erweiterter Sensorik ausgestattet und über Internet- und Cloudservices voll vernetzt sind.« In diesem Kontext betrachtet seien auch Digitaldruckmaschinen Roboter, die durch die Vernetzung Teil einer smarten, vollautomatisierten Produktionsumgebung werden. Maschinen und Anlagen würden so in Zeiten der digitalen Transformation zu virtuellen Abbildern im Netz, was neue Möglichkeiten auf anderen Gebieten eröffne: »Das beste Beispiel



Schnappschüsse vom Canon-Event in Venlo. Nach dem Vortragsprogramm am Morgen ging es nachmittags in verschiedenen Workshops um praktische Anwen-



dungen vom Large-Format-Printing am Océ Arizona 6170 XTS bis zu Anwendungen im 3D-Druck.



Neben Vorträgen standen auch Workshops auf dem Programm.

dafür steht hinter mir«, meinte Peterreit mit einem Wink zur dort stehenden Océ VarioPrint i300, das Inkjet-Flaggschiff von Canon im Bogen-Druck. »Auf diese Weise konnten wir die Servicetechniker für diese Maschine zu einem großen Teil mittels Virtual Reality ausbilden – und zwar weltweit. Das hat nicht nur Kosten gespart, sondern die Zeit bis zur Markteinführung von sieben auf drei Jahre verkürzt. Schließlich können wir die Techniker nicht erst ausbilden, wenn wir die Maschine schon verkaufen.«

Digitalisierung im Druck

Anschließend hatten die Besucher die Möglichkeit, sich in fünf verschiedenen Workshops mit weiteren Aspekten der Digitalisierung in der Druckproduktion zu befassen. So lud Sascha Peterreit die Gäste dazu ein, die Themen 3D-Druck und Virtual Reality zu vertiefen und über die Chancen und Möglichkeiten von Industrie 4.0 zu diskutieren.

Dr. Robert Dekena von der Dokulog Dokumentenlogistik & Management-Beratung berichtete über die ersten Ergebnisse einer Studie über die Aussichten und Perspektiven von internen Druckzentren. Ralf Raitchel, einer von zwölf Fogra-zertifizierten Business Consultants bei Canon Deutschland, fragte die Besucher seines Workshops: »Was ist Ihnen gutes Farbmanagement wert?« und stellte den Aufwand für Messtechnik sowie Zertifizierungen den Kosten durch

Fehler und Reklamationen gegenüber. Anhand praktischer Beispiele verdeutlichte er die Entwicklungen des ProzessStandards Digitaldruck und die neue Druckbedingung Fogra 51.

In die Praxis ging es bei Peter Henry auch: An der Flachbett-Druckmaschine Océ Arizona 6170 XTS und dem Schneideplotter Océ ProCut G3 3XL 3200 zeigte der Canon Experte, wie Muster oder Kleinserien von Faltschachtel-Verpackungen entstehen – vom Design über den Druck bis zum Zuschnitt.

Und ein ganz spezielles Thema hielt Peter Wolf von der Firma Eschmann Textures International für die Besucher bereit. Eschmann Textures gehört zu den Weltmarktführern für das Design von Oberflächenstrukturen, vor allem für Fahrzeug-Einrichtungen: Wolf zeigte, wie mittels der Inkjet-Technologie eines Océ Arizona 2280 XT Flachbettdruckers dreidimensionale Oberflächenmuster in seriennaher Qualität entstehen – sehr viel günstiger und schneller als im bisher üblichen Spritzgussverfahren.

Am Ende des spannenden und informativen Tages nahmen die Besucher mindestens eine Erkenntnis mit nach Hause: Das Potenzial für den Druck ist gerade durch die neuen Technologien riesig.

➤ www.canon.de

FREEWARE PREMIUM ONLINE TOOLS

GANZ HEISS



- PDF Preflight
- Color Preflight
- ISO↔PSO Converter



Auf die Website online-tools.ch gehen, den kostenlosen **Connector herunterladen** und loslegen: Preflights, Analysen und Konvertierungen pfannenfertig aus der Cloud. Einfacher war eine sichere Druckproduktion noch nie. Gleich ausprobieren!

www.online-tools.ch

PDFX-ready

Die PDFX-ready Online Tools werden unterstützt von



ZERTIFIZIERT HP hat die Flexi-Software für den Großformatdruck und die professionelle Beschilderung entwickelte Flexi-Software von SA International (SAi) zur Verwendung mit den HP-Latexdruckern der 300er-Serie zertifiziert. Zuvor waren alle Drucker im Portfolio der HP Latex 500er-Serie zertifiziert worden. > www.thinksai.com

DEINKING-BESTNOTEN Das Inkjet-Rollendrucksystem KBA RotaJET L-Serie wurde von der Internationalen Forschungsgemeinschaft Deinking-Technik (INGEDE) offiziell zertifiziert. Testdrucke mit der neu entwickelten KBA Rota-Color Polymer Tinte, die auf gestrichenem Papier gedruckt und untersucht wurden, zeigten eine sehr gute Deinkbarkeit. Die Druckproben wurden nach INGEDE-Methode 11 geprüft und gemäß der »Deinkability Scorecard« des Europäischen Altpapierrats (ERPC 2015) bewertet. Die RotaJET L-Serie erhielt 100 von 100 Punkten. > www.kba.com

NEBULA ACID HD SPGPrints hat ein neu rezeptiertes, hochkonzentriertes Sortiment von Säuretinten angekündigt – Nebula Acid HD (High Density). Diese Tinten eignen sich für alle Drucker mit Kyocera-Druckköpfen – bei gesteigerter Farbtiefe und verbesserter Verdrückbarkeit. Ideal sind sie für Bademode aus Polyamid/Lycra, edle Accessoires aus Seide, wie Schals und Halstücher, sowie wollene Materialien. Die Farb- und Wasserechtheiten des Nebula Acid HD-Sortiments entsprechen allen einschlägigen Normen und Standards – ebenso wie den Vorgaben aller führenden Bademodehersteller. Erhältlich sind die Tinten zunächst in CMYK, Orange, Rot, Blau und Grau. > www.spgprints.com

ECO PASSPORT Die Drucker und Tinten der Epson SureColor SC-F-Serie erhielten das Eco Passport-Label von der Oeko-Tex-Vereinigung. Eco Passport ist eine international anerkannte Zertifizierung für Hersteller und Verkäufer von Chemikalien für die Textilindustrie wie Farbstoffe, Zusätze, Appretur- sowie Reinigungsmittel. > www.epson.de

WEITERE A3-MFPs Wie bei den neuen Multifunktionsystemen von Toshiba arbeitet auch die e-Studio8508A-Serie mit der neuen Controller-Technologie e-Bridge Next, durch die die Systeme in bestehende Arbeitsabläufe integriert werden können. Die Schwarz-Weiß-Modelle bieten bis zu 1.200 x 1.200 dpi Auflösung und drucken mit Geschwindigkeiten von 55 bis 85 Seiten pro Minute, verfügen über eine Papierkapazität von bis zu 6.020 Blatt sowie über umfangreiche Verarbeitungsoptionen. > www.toshiba.de/tec

BRIEFODRUCK FÜLLE KG

70 x 100 CM PERSONALISIEREN UND CODIEREN

Akzidenz- und Verpackungsdruckereien erfreuen sich zunehmend an den großformatigen Personalisierungsmöglichkeiten der Briefodruck Fülle KG. Druckbogen in der Größe 70 x 100 cm werden zu Mehrfachnutzen kostengünstig personalisiert oder

sierungsgrad individualisiert. Für Akzidenzdrucker besonders interessant: Der Bogenoffset-Vordruck eines A4 16-Seiters lässt sich plano auf allen 16 Seiten personalisieren, ohne dass später auf dem Sammelhefter ein Kamera-Abgleich notwendig



Per Offsetdruck kostengünstig bedruckte Signaturen für Periodika-Produkte lassen sich bei Briefodruck mit personalisierten Anzeigen und individualisierten Texten anreichern.

codiert. Einschränkungen im Format, Materialstärke und Oberfläche existieren nicht und das macht den Personalisierungsservice der Thüringer Mailingfabrik für viele Drucker so interessant. Mailingpower existiert im thüringischen Wünschendorf schon seit 1912. Die Intensität und Leidenschaft, mit der das Team der Briefodruck Fülle KG personalisierte Werbesendungen produziert, zeigt sich in der stets frühen Anwendung neuer Technologien. So konnte in den letzten Monaten eine im Markt einzigartige Personalisierungsmaschine konfiguriert werden, auf der Offsetvordrucke der Bogengröße 70 x 100 cm nachträglich per Inkjet in schwarz beidseitig personalisiert werden können. Hauptsächlich werden auf dieser Sondermaschine derzeit großformatige Mailings sowie Minikatalog-Mailings mit einem hohen Personali-

wird. Auf der überdimensionalen Inkjet-Strecke entstehen somit Signaturen für vollpersonalisierte A4-Broschüren. Bei einem 32-Seiter A4 wären ohne Kameraabgleich die Seiten 1 bis 8 und 25 bis 32 personalisierbar. Per Offsetdruck kostengünstig bedruckte Signaturen für Periodika-Produkte lassen sich bei Briefodruck demzufolge mit personalisierten Anzeigen und individualisierten Texten anreichern. Somit eröffnen sich nicht nur für Anzeigenkunden ganz neue Möglichkeiten der personalisierten Kundenansprache, sondern es lassen sich auch redaktionelle Artikel mit individualisierten Überschriften versehen. Über diese Optionen ist es möglich, Periodika-Produkte mit ganz neuen Alleinstellungsmerkmalen gegenüber den Produkten des Wettbewerbs auszustatten. > www.briefodruck.de

Joint-Venture DURST UND TECHNIJET

Durst und das englische Unternehmen Technijet, Hersteller von industriellen Hochdruck-Reinigungssystemen, haben ein Joint-Venture zur Entwicklung von Peripherielösungen für die digitale Textilproduktion gegründet. Technijet ist im Textil-Segment vor allem durch sein Rotovac Waschsystem bekannt, das Bedruckstoffe von Flusen und Schmutz befreit. Dem Joint-Venture liegt die gemeinsame Konzeption des patentierten Swiftjet Vorbehandlungssystem zu Grunde, das auf der ITMA 2015 in Mailand von Durst als Machbarkeitsstudie vorgestellt wurde. Swiftjet ist eine Sprüh- und Trocknungs-Einheit, die der eigentlichen Druckmaschine vorgeschaltet wird und je nach gewünschtem Druckergebnis die chemische Vorbehandlung des Textilgewebes übernimmt. Hier kommt die langjährige Erfahrung von Technijet mit Hochdruckdüsen zum Tragen, um den exakten Auftrag der Rezeptur auf der Materialoberfläche zu gewährleisten. Seit der Einführung der Alpha Series ist Durst kontinuierlich bestrebt, die Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit der Inkjet-Druckproduktion zu optimieren. Beispielsweise mit der Einführung des Soft-Pigment Tintensystems (Alpha P), welches ohne zusätzlichen Binder und Nassprozess auf Standardmaterial wie Baumwolle und Polyester gedruckt werden kann. > www.durst-online.com

PopUp-Store

FILMOLUX UND NESCHEN

Parallel zur Fachmesse viscom in Frankfurt machte Filmolux, die in Deutschland agierende Handelsorganisation von Neschen, mit einer außergewöhnlichen Produktinszenierung auf sich aufmerksam. Ein leerstehendes Ladenlokal wurde mit Hilfe der Filmolux Produktkollektion in einen »Vintage Fa-



Neben dem umfangreichen Sortiment an Druckmedien und Schutzfolien für den grafischen Bereich präsentiert Filmolux Deutschland auch Produktangebote aus dem Bereich Buchschutz und -reparatur.

shion Store« made by Filmolux gewandelt.

Für viel Interesse im Store sorgten die hochwertigen und nachhaltig produzierten PVC-freien Tapeten aus dem »Green Walk«-Sortiment von Neschen. Diese werden von Filmolux exklusiv in Deutschland vertrieben. Neben dem umfangreichen Sortiment an Druckmedien und Schutzfolien für den grafischen Bereich präsentierte Filmolux auch Produktangebote aus dem Bereich Buchschutz und Buchreparatur.

» www.filmolux.de
» www.neschen.de

bizhub Evolution

CLOUDBASIERTE ON-DEMAND-SERVICES

Mit bizhub Evolution launcht Konica Minolta eine eigenentwickelte Plattform für Cloud-Services, die den Alltag der Benutzer erleichtern soll. Selbsterklärend und intuitiv zu bedienen, können die Services auf Multifunktionsystemen, Laptops, PCs oder mobilen Endgeräten genutzt werden.

Zum Start umfasst das Angebot acht Tools, die die Geschäftsprozesse nach Aussage von Konica Minolta mit geringem Aufwand optimieren. Mit der Pay-per-Use-Lösung, die höchsten deutschen Sicherheitsstandards entspricht, zahlen Benutzer nur das, was sie tatsächlich brauchen.

Für Konica Minolta lag der Fokus bei der Entwicklung von organisatorische Aufgaben zu beschleunigen. Die Tools wurden deshalb gemeinsam mit Anwendern entwickelt. So entstand beispielsweise der Service »Translate«: Innerhalb von Sekunden wird die maschinelle Übersetzung eines Dokuments erzeugt. Die übersetzten Textpassagen können direkt bearbeitet und sprachlich verfeinert werden.

» evolution.konicaminolta.de

Felix Schoeller Group

NEUE DIGITAL WALL-PAPER-KOLLEKTION

Unter dem Markennamen StyLine präsentiert die Felix Schoeller Group aus Osnabrück eine neue Digital Wallpaper-Kollektion, die gezielt für eine Vielzahl von Digitaldruckverfahren entwickelt wurde. StyLine Wallpaper stehen für exzellente Druckergebnisse mit ausdrucksstarken Farben und eine be-



Wall Decoration mit StyLine von Felix Schoeller.

sonders weiche Haptik. Alle Produkte sind PVC-frei.

Das Portfolio der neuen StyLine umfasst insgesamt fünf Produkte in zwei Produktlinien. Die Produktlinie Hamburg weist auf der Rückseite einen Funktionsstrich auf, der eine optimale Trockenabziehbarkeit garantiert. Sie besitzt eine matte Oberfläche und ist in den Flächengewichten 130, 150 und 180 g/m² erhältlich. Die Produktlinie New York verfügt über denselben Funktionsstrich auf der Rückseite und darüber hinaus auf der bedruckbaren Vorderseite über eine neu entwickelte Farbempfangsschicht, mit der sich erstklassige Druckergebnisse auf Latex- und Solvent-Druckern erzielen lassen. Die ebenfalls matten Papiere gibt es in den Grammaturen 150 und 170 g/m².

www.felix-schoeller.com



Mimaki auf der PSI

IDEENREICHE ANWENDUNGEN FÜR WERBEARTIKEL

Wenn es um ideenreiche Anwendungen geht, ist das Team rund um Mike Horsten, General Marketing Manager EMEA bei Mimaki Europe, kaum zu schlagen. Das ist auch diese Woche auf der PSI in Düsseldorf, der Jahresveranstaltung des internationalen Netzwerks der Werbeartikelwirtschaft, wieder zu erwarten. »An unserem Stand werden wir für alle nur denkbaren Werbeartikel interessante Lösungen präsentieren. Dazu werden auch Anwendungen gehören, an die die Besucher bisher noch gar nicht gedacht hatten«, sagt Mike Horsten. »Darüber hinaus werden sich die Interessenten im Technology Forum 2017 mit eigenen Augen davon überzeugen können, wie sich die Lösungen von Mimaki zu einem effizienten End-to-End-Workflow kombinieren lassen. Die Besucher werden die Messe sicher mit einer Vielzahl neuer Ideen verlassen.« » www.mimakieurope.com



Neuer Toner

BRILLANTES DRUCK-BILD IN NEONGELB

Ricoh hat einen neongelben Toner auf den Markt gebracht, der in der fünften Farbstation der Pro C7100X-Serie eingesetzt wird und als Vollton-, Spot- oder Prozessfarbe genutzt werden kann. In Verbindung mit anderen Prozessfarbtönen ist es möglich eine Neon-Palette zu er-

zeugen. Auch Heidelberg bietet die Sonderfarbe Neon-Gelb für das Digitaldrucksystem Versafire CV an.

Der Toner strahlt unter Einwirkung von UV-Licht sichtbar und kann dadurch noch mehr Aufmerksamkeit erzielen und Druckanwendungen außergewöhnlich in Szene setzen.

» www.heidelberg.com
» www.ricoh.de

Direkt-Sublimationsdrucker **MIMAKI TX500P-3200DS**

Mimaki hat den 3,2 m breiten Direkt-Sublimationsdrucker Tx500P-3200DS auf den Markt gebracht. Der Tx500P-3200DS verringert den Zeitaufwand für die Produktion deutlich, da er zwei Schritte zusammenfasst, indem er gleichzeitig druckt und fixiert. Mit einer Auflösung von 720 x 1.080 dpi und einer Geschwindigkeit von bis zu 130 m²/h im 4-Farb-Druck und von bis zu 105 m²/h im 6-Farb-Druck ist der neue Drucker ideal sowohl



Mimakis 3,2 m breiter Direkt-Sublimationsdrucker Tx500P-3200DS.

für die Produktion von Mustern als auch von größeren Produktionen mit kurzen Lieferfristen und für ein breites Spektrum von Anwendungen im Textildruck geeignet. Dazu zählen Dekostoffe, kundenspezifische Bekleidung sowie Stoffe für Wohndekor und Möbel.

Beim Direkt-Sublimationsdruck werden die Farbstoffe mittels Hitze fixiert. Üblicherweise laufen diese beiden Prozesse separat ab, was den Zeit- und Bedieneraufwand im Textildruck vergrößert. Der neue Drucker kombiniert jedoch Drucken und Heißfixierung im gleichen Durchgang.
› www.mimakieurope.com



Drucker für Wohntextilien und Fast Fashion spielen bei Mimaki inzwischen eine bedeutende Rolle.

NEUERWERBUNG **MIMAKI UND DER DIGITALE TEXTILDRUCK**

Der Digitaldruck bewegt sich in Richtung Mainstream und wird den Textilmarkt signifikant verändern. Mimaki ist in diesem Marktsegment nicht neu, hat aber gerade in jüngster Zeit erhebliche Entwicklungen angestrengt, zum Major Player in diesem Segment zu werden.



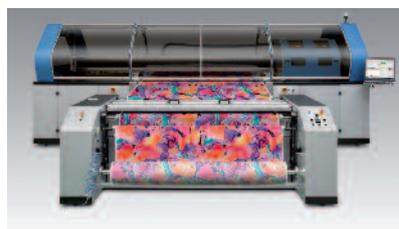
»Im Textildruck ist ein Wandel zu verzeichnen, der durch verschiedene Faktoren verstärkt wird«, sagt **Mike Horsten**, General Manager Marketing von Mimaki EMEA. »Dazu zählen die Fortschritte bei den digitalen Textildruckmaschinen und Tinten sowie die Nachfrage nach kleineren Auflagen, kürzeren Zykluszeiten und kundenspezifisch angepassten Textilprodukten für den Wohnbereich oder Fast Fashion. Der digitale Textildruck berücksichtigt dies und ermöglicht eine neue, umweltfreundlichere Produktion von Textilien.«

Entsprechend gut hat sich Mimaki in diesem Markt aufgestellt und ist bisher schon mit Druckern bis zu 3,20 m Breite vertreten. Nach der Übernahme von La Meccanica, einem Unternehmen mit über 40 Jahren Erfahrung im digitalen Textildruck, hat Mimaki mit dem Tiger-1800B, einen industriellen Drucker für den Textildirektdruck mit Reaktivtinten, im Portfolio.

Der Tiger-1800B ist ein robuster Drucker und für den hochproduktiven und qualitativ hochwertigen Textildruck konstruiert. Aufgrund der

maximalen Druckgeschwindigkeit von 385 m²/h, der Druckauflösung von 600 dpi und der maximalen Druckbreite von 1,85 m ist der Drucker ideal für die großvolumige Produktion geeignet. Bisher war diese Anwendung nur mit traditionellen Textildrucktechnologien wirtschaftlich zu realisieren. Optionales Zubehör wie Zuführungen für Jumbo-Rollen oder gefaltete Gewebe, Heizungen und ein Gelenkarm, der die Textilien nach dem Drucken in einem Karton ablegt erweitert den Leistungsumfang des Druckers. Die Maschine ist für die Produktion von Dekostoffen, Fahnen, Sportbekleidung, Innenausstattungen, Fast Fashion und andere Anwendungen geeignet.

› www.mimaki.de



Feiert seine Weltpremiere auf der Heimtextil in Frankfurt: Der Mimaki Tiger-1800B.

Mimaki Tx300P-1800B **DIGITALDRUCKER FÜR DIE TEXTILINDUSTRIE**

Mimaki hat im Oktober 2016 die Einführung des neuen Textildruckers Tx300P-1800B (Band) angekündigt. Dieses 1,8 m breite Drucksystem wurde speziell für die Textil- und Bekleidungsindustrie entwickelt, die einen wirtschaftlichen Druck von Kleinserien für Endprodukte und Muster benötigt. Durch seine besondere Bauweise ist der Tx300P-1800B für das Drucken auf einer Vielzahl von Textilien, darunter auf dicken strukturierten Stoffen sowie auf dünnen Geweben und dehnbaren Materialien wie Maschenware ausgelegt. Zudem entfällt beim Drucken mit der Textil-Pigmenttinte TP400 von Mimaki das ansonsten notwendige Dämpfen oder Waschen, wodurch sich der Platzbedarf für den On-Demand-Textildruck weiter verringert.



Der Textildrucker Mimaki Tx300P-1800B erreicht eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 50 m² pro Stunde und eine Auflösung von bis zu 1.440 dpi.

Um einem hohen Anforderungsspektrum gerecht zu werden, wird Mimaki den Tx300P-1800B mit fünf Tintentypen anbieten (Sublimations-, Dispersions-, Textil-Pigment-, Reaktiv- und Säuretinte).

› www.mimakieurope.com



Austria | BeNeLux | Czech Republic/Slovakia | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary/Romania | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Russia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

SPEED IST NICHT ALLES

Natürlich erwarten Sie von Ihrem Produktionsequipment Höchstleistungen. Dazu gehört aber mehr als Geschwindigkeit. Wenn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, jährlich die besten Produkte aus Software, digitalem Druck, Finishing und Consumables mit den begehrten **EDP Awards** auszeichnen, zählen außerdem Kriterien wie Qualität, Benutzerfreundlichkeit und niedrige Produktionskosten für die Anwender. Deswegen bieten die EDP Awards Orientierung und unterstützen Sie bei Ihren Kaufentscheidungen.

www.edp-awards.org

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



NEUE IMAGERUNNER Mit der imageRunner Advance C7500 Serie kündigt Canon neue A3-Farb-Multifunktions-systeme an. C7580i, C7570i und C7565i verfügen über ein verbessertes Druckmanagement und mehr Bedienerfreundlichkeit. Die Serie bietet 2.400 x 2.400 dpi maximale Druckauflösung, die Druckgeschwindigkeiten liegen bei 60 und 65 Seiten/Minute in Farbe und Schwarz-Weiß (C7565i) und 70/80 Seiten/Minute (C7580i). › www.canon.de

UPDATE MIT VERBESSERUNGEN Die Funktionserweiterungen des Xerox Colour C60/C70 Printer eröffnen neue Anwendungsmöglichkeiten. So kann ein breiteres Spektrum an Papieren von 60 g/m² bis 300 g/m² bedruckt werden. Eine integrierte Online-Übersicht über Eigenschaften der Substrate erleichtert die Einrichtung. Das SIQA-Tool (Simple Image Quality Adjustment) ist ab sofort im Drucksystem integriert, was die Justage der Registerhaltigkeit und so den beidseitigen Druck erleichtert, höhere Präzision und verbesserte Bildqualität mitbringt. › www.xerox.de

NEUE FARBDRUCKSYSTEME Mit der Präsentation des bizhub C658 und des C458 vervollständigt Konica Minolta Business Solutions seine neue Serie von Premium A3-Farbdrucksystemen. Bei einer Produktionsgeschwindigkeit von 65 Seiten/Minute beim bizhub C658 beziehungsweise 45 Seiten beim bizhub C458, einer großen Bandbreite bedruckbarer Materialien und einer Auswahl an Multifunktions-Finishern lassen sich zum Beispiel Broschüren oder Dokumente mit Z-Falz produzieren. Der bizhub C558, der das Modell C554e ersetzt und 55 Seiten/Min. in Farbe druckt, wurde im September vorgestellt. › www.konicaminolta.de

EINSTIEGS-DRUCKER HP hat sechs neue LaserJet Pro Schwarz-Weiß-Drucker mit Mobildruckfunktionen angekündigt. Die Geräte der neuen M100- und M200-Serien bieten Druckgeschwindigkeiten von bis zu 22 Seiten pro Minute, die Drucker der HP LaserJet Pro M200 Serien 28 Seiten pro Minute. › www.hp.com

BROSCHÜRENAUTOMATEN Ricoh hat das Portfolio seiner Weiterverarbeitungslösungen erweitert. Die neuen Broschürenautomaten Duplo DBM 350 und DBM 600 erweitern dabei die Auswahlmöglichkeiten. Die beiden robusten und hochbelastbaren Duplo-Anlagen können inline an die digitalen Einzelblattdrucker Ricoh Pro C9100, Pro C7100 und Pro 8200 angeschlossen werden, sind hochgradig automatisiert, mühelos einzurichten und einfach zu bedienen. Darüber hinaus unterstützt der DBM 600 in Verbindung mit der Banner-Druckfunktion der Farbdrucksysteme Pro C9100 und Pro C7100 von Ricoh die Produktion von Broschüren im A4-Querformat. › www.ricoh.ch

SERIENSTART DIGITALDRUCKMASCHINE FÜR DEN ETIKETTENMARKT

Etiketten sind einer der größten Wachstumssegmente der Druckbranche. Die Nachfrage nach digital gedruckten Etiketten wächst mit hoher Dynamik. Nach der Markteinführung der Etikettendruckmaschine Gallus Labelfire 340 ist nun die Serienproduktion in Wiesloch-Walldorf gestartet.

Die Etikettendruckmaschine Gallus Labelfire 340 ist eine Gemeinschaftsentwicklung von Heidelberg und Gallus auf Basis der Inkjet-Technologie von Fujifilm. Die Inkjet-Einheit der Labelfire produziert Heidelberg in Wiesloch-Walldorf, wo künftig auch das komplette eigene Digitaldruckportfolio gefertigt werden soll. Die Basiseinheit der Maschine produziert das Schweizer Tochterunternehmen Gallus an seinem deutschen Produktionsstandort in Langgöns.

Das System soll die Nachfrage nach der wirtschaftlichen Produktion von kleinen beziehungsweise mittleren sowie versionierten Auflagen im Etikettendruck bedienen. Nach zahlreichen Bestellungen aus Europa und Australien waren Heidelberg und Gallus jetzt auch im wichtigen amerikanischen Markt erfolgreich. Info Label aus Clifton Park, New York, erhält als erste Etikettendruckerei in den USA eine Labelfire 340. Mark Dufort, Geschäftsführer des Unternehmens, hatte die Vorführmaschine im Juni 2015 beim »Digital Label Forum« in Heidelberg und später im Gallus-Werk in St.Gallen besichtigt. »Mit unserer Investition bieten wir unseren Kunden herausragende Qualität bei kurzen Lieferzeiten zu niedrigeren Kosten«, erklärt er. Hub Labels aus Hagerstown, Maryland, ist ein weiterer US-Kunde für die digitale Etikettendruckmaschine. Thomas Dabhura, President von Hub Labels, stellt fest: »Das ist die erste Digitaldruckmaschine, die ich gesehen habe, die genau das kann, was ich mir vorstelle. Sie integriert alle Schritte von der Rolle bis zum fertigen Etikett – sei es im Digital- oder Flexodruck, Kaltfoliendruck oder beim Stanzen – in einem einzigen Produktionsdurchgang. Ich war beeindruckt, wie viel Energie von Gallus und Heidelberg in den Erfolg dieses Systems floss. Wir haben zwar schon andere Maschinen mit einer Auflösung von 600 x 600 dpi gesehen, aber diese Maschine mit ihren 1.200 x 1.200 dpi ist unschlagbar.«



Die Serienproduktion der Gallus Labelfire 340 als Gemeinschaftsentwicklung von Heidelberg und Gallus ist in Wiesloch-Walldorf gestartet.

Digitaldruck treibt Wandel

Die Labelfire 340 ist für Selbstklebe-Etiketten konzipiert. Das weltweite Druckvolumen dieser Etiketten wächst jährlich um rund 4%. Davon beträgt der Anteil des digital gedruckten Volumens zwar nur rund 5%, aber mit stark wachsender Tendenz und bis zu zweistelligen Wachstumsraten. So wird erwartet, dass mittelfristig jede zweite in diesem Bereich verkaufte Maschine digital druckt. Mit der neuen Technologie wollen Heidelberg und Gallus den Wandel der Geschäftsmodelle aktiv gestalten und flexible und wirtschaftliche Lösungen bieten. Das gesamte Heidelberger Digitaldruckportfolio lässt sich mit den Offsetsystemen über das Prinect Digital Front End (DFE) in den Gesamtworkflow einer Druckerei integrieren. Auch Web-to-Print-Anwendungen sowie Multichannel-Publishing-Geschäftsmodelle werden unterstützt. Damit lässt Heidelberg den Smart Print Shop Realität werden, bei dem Anwender ihre Prozesse im Offset- und Digitaldruck weitgehend automatisieren sowie einheitlich und transparent steuern können. Mittelfristig sollen rund 10% des Heidelberg-Konzernumsatzes mit dem Digitalgeschäft realisiert werden.

› www.heidelberg.com

› www.gallus-group.com

XEIKON AUF DER HEIMTEXTIL LÖSUNGEN FÜR WANDBELÄGE

Xeikon wird zum dritten Mal auf der Heimtextil ausstellen: Dieses Mal stehen Unikate und individuelle Tapetendesigns im Mittelpunkt, die mit Hilfe der Wall Decoration Suite von Xeikon produziert werden können. Die Messe findet in Frankfurt vom 10. bis 13. Januar 2017 statt. Neben den Live-Produktionsdemos zeigt Xeikon über Video-Mapping-Projektionen faszinierende Druckmotive und Wandgestaltungen. Besucher können so in Form von ›Virtual Reality‹ die Kreativität digital hergestellter Wandbekleidung hautnah erleben.

Die Fünffarben-Digitaldruckmaschine Xeikon 3500, das Flaggschiff der Modellreihe, wird während der Messe auf dem Stand laufen. Anhand dieser Maschine wird gezeigt, wie einfach und unkompliziert digitale Drucke mit einem hohen Aufmerksamkeitswert bei Druckgeschwindigkeiten von 600 m² pro Stunde und Breiten bis zu 516 mm hergestellt werden können. Xeikon wird außerdem erstmals auf der Messe seinen neuen Tapetenaufwickler – den WMR – vorstellen. Mit diesem Gerät lassen sich perfekte Rollen produzieren.

Neben der Live-Produktion von Wandkore und Wandgestaltungen werden auf dem Stand zusätzliche Muster zur Verfügung stehen, die als Anregung für Architekten und Designer dienen sollen.
› www.xeikon.com

NEUE BUCHPRESSE PERFECTPRESS VON IMAGING SOLUTIONS

Imaging Solutions bietet mit der neuen Buchpresse perfectPress eine weitere Automatisierung der professionellen Fotobuchproduktion. Diese automatische Buchpresse presst den Buchblock während der Kleber abbindet. Der Anpressdruck kann variabel von 60 bis 120 Kilogramm eingestellt werden. Durch diesen Pressvorgang erhält der Buchrücken eine festere und kompaktere Struktur. Bei hoher Seitenzahl kann die Höhe des Buchblocks um 1 bis 2 mm reduziert werden. Somit können bei gleicher Buchdicke mehr Seiten verarbeitet werden.

Die Buchpresse perfectPress kann sowohl als Stand-Alone-Maschine eingesetzt werden oder als Inline-Lösung integriert in die Steuerung der Buchbindemaschinen fastBook, fastBlock oder fastBook Professional von Imaging Solutions.

Eine weitere Option zur verbesserten Auftragsabwicklung bietet ein Rollenförderer mit integriertem Barcode-Drucker, der Buchblöcke zur Identifizierung automatisch per Inkjet-Druck kennzeichnet. Dazu wird der einzelne Buchblock zur exakten Positionierung des Barcodes ausgerichtet, bevor der Aufdruck des Codes in Laufrichtung erfolgt. Auf Wunsch kann optional der Druck auch quer zur Laufrichtung aufgebracht werden. Das Auslesen des Barcodes erfolgt anschließend über einen Scanner.
› www.imagingsolutions.ch

SPGPRINTS MIT WELTPREMIEREN NEUE DRUCKMASCHINEN PIKE UND JAVELIN

SPGPrints wird im Januar auf der Heimtextil 2017 in Frankfurt neue Digitaldrucksysteme für Innenausstattungen und Tapeten vorstellen, die auf der Archer-Technologie beruhen, die Tintentröpfchen variabler Größe akkurat ausgibt, um scharfe Details, feine Linien, Volltonflächen

Lamine aufzutragen. So lassen sich vielfältige Effekte erzeugen; unter anderem Imitationen von Steinen, Holz, Ziegeln und Keramikfliesen – für maximale Kreativität bei niedrigen Kosten. Zur Erzielung von Glanz-, Matt-, Satin- und Seidenefekten können verschiedene



Der Großformat-Inkjet-Drucker Javelin von SPGPrints feiert auf der Heimtextil 2017 Weltpremiere.

und weiche Abstufungen auf einem großen Substratbereich zu erzeugen.

SPGPrints wird den neuen digitalen Großformat-Inkjet-Drucker Javelin mit einer Druckbreite von 3,20 m vorstellen, der sich für unterschiedliche Wohndekor-Textilien einschließlich Bettwäsche, Gardinen und Wandbehänge eignet. Javelin druckt bei Geschwindigkeiten von 550 m² pro Stunde mit bis zu sechs Farben. Die Maschine verfügt über eine robuste Konstruktion und ist bediener- sowie wartungsfreundlich.

Pike ist der Name des zweiten Druckers, der in zwei Breiten vorgestellt wird. Die Pike-Inkjet-Drucker machen die zahlreichen Vorteile des Digitaldrucks jetzt auch für Lamine und starre Dekorapplikationen sowie Tapeten zugänglich. Der 700 mm breite Pike-Drucker nutzt einen Zentralzylinder, um

Schutzbeschichtungen aufgetragen werden, die das Druckbild noch weiter veredeln. Der 1.300 mm breite Pike-Flachbettendrucker ermöglicht das direkte Bedrucken starrer Substrate. Türen, Tischplatten, Deckenpaneele und Verkleidungen lassen sich schnell bebildern und individualisieren. Beide Drucker bieten die Vorteile des Digitaldrucks von wirtschaftlichen Kleinauflagen, schnellen Umrüstungen, minimalem Ausschuss, schnellen Markteinführungen, optimierter Logistik sowie reduzierten Lagerbeständen.

› www.spgprints.com

Mimaki KEBAB-OPTION FÜR DIREKTDRUCK

Die Mimaki Kebab-Option ist ab sofort auch für die neueste Generation der UV-Flachbettendrucker UJF-3042 MkII und UJF-6042 MkII erhältlich. Mithilfe von Umlaufwalzen erlaubt die Kebab-Option den Druckern der Familie MkII von Mimaki, direkt auf einer Vielzahl von runden Objekten zu drucken. Die



Eine verbesserte Mechanik mit einem sich während des Druckvorgangs bewegenden Drucktisch verringert Schwingungen. Außerdem werden so eine exakte Platzierung der Tintentropfen und ein qualitativ hochwertiger Druck auf einer Vielzahl von Objekten und Materialien sichergestellt.

Kebab-Option wird darüber hinaus auch für den Drucker UJF-7151 plus angeboten. Der UJF-3042MkII unterstützt das Kebab-Modell MkII, während für den UJF-6042MkII und den UJF-7151 plus das Modell MkII L benötigt wird. Mit der Kebab-Option können zylindrische Objekte mit einem Durchmesser von 10 mm bis 110 mm, wie Flaschen, Verschlüsse, Kerzen und Kosmetikflaschen in hoher Qualität bedruckt werden. Damit ist es möglich, originelle Produkte auf Anforderung und preiswert in kleinen Mengen oder sogar als Einzelstücke herzustellen.
www.mimaki.de



JuliFoli-Dokumenten-hüllen gibt es in ausgewählten Buchhandlungen, im PBS-Fachhandel, bei Manufactum, in Museumshops und in kleinen, feinen Lifestyle- und Geschenk-läden.

NON-BOOK AWARD Seit 2014 sind Ina Braun und Gabriela Grassmann mit ihren smarten Dokumentenhüllen JuliFoli auf dem Markt. Die grafische Umsetzung und das einreißfeste Material aus Sihl Enduro Ice machen die Hüllen zu einer attraktiven ›Verpackung‹ für wichtige Dokumente. Im Oktober gewann JuliFoli den Non-Book Award 2016 der Frankfurter Buchmesse. Den Award gab es für die Dokumentenhüllen der Unterwegs-Serie mit Motiven deutscher und internationaler Metropolen und für das Gesamtkonzept. › www.sihl.com

PROKOM WÄCHST Immer mehr Unternehmen treten der im Februar 2014 gegründeten unabhängigen Production-Printing-Community (Prokom) von Konica Minolta-Anwendern bei. Die Mischung aus Online-Support und Schulungsangeboten bietet Mitgliedern die Möglichkeit, sich mit anderen zu vernetzen, Neues zu lernen und die eigenen Geschäftsansätze auszubauen. Marktinformationen von InfoTrends fließen ebenso in die Wissensplattform ein wie die Leistungen unabhängiger Berater. › www.prokom.org

JETZT AUCH AUF DEUTSCH Die Software Creative Studio von Sawgrass mit ihren Bestandteilen Online Designer und Print & Color Manager wurde aktualisiert und wird jetzt auch in Deutsch und fünf weiteren Sprachen angeboten. Zudem enthält das Update mehrere Verbesserungen zur Rationalisierung des Workflows und Steigerung der Produktivität. › www.sawgrassink.com

MIMAKI APP Mimaki bietet eine App an, die Inspirationen mit den neuesten Nachrichten verbindet. Sie bietet Inhalte über bestimmte Drucktechnologien wie Offset-, Großformat- und Textildruck sowie Weiterverarbeitung etc. Einige Sparten sind Mimaki vorbehalten und informieren über neue Produkte, geschäftliche Highlights, Blogs und die letzten Pressemitteilungen. Um die Anwender zu neuen kreativen Höhen zu inspirieren, gibt es eine virtuelle Galerie mit einfallreichen Erzeugnissen, die mit Mimaki-Systemen produziert wurden. Die App wurde in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift ›World of Print‹ entwickelt und ist als kostenloser Download über den Apple App Store und Google Play erhältlich. › www.mimakieurope.com

Robuster Schutz

FILMOLOX FGS VON NESCHEN

Wenn die Sporthalle vor Begeisterung bebt, ist künftig auch filmolux FGS mit von der Partie. Mit der selbstklebenden Schutz- und Veredelungsfolie für Fußbodengrafiken von Neschen lässt sich jetzt auch Werbung auf Sportböden kleben. Die Folie entspricht der europäischen Norm (EN 14904) für Sportböden in Hallen und Räumen mit multifunktionaler Sportnutzung.



Die Floor Graphics Solutions von Neschen sind optimal aufeinander abgestimmte Produktkombinationen für Fußbodenwerbung.

Die auf die Neschen-Printmedien gedruckten Werbetafeln werden mit der filmolux FGS-Folie aus strukturiertem, transparentem und kratzfesten polymeren Weich-PVC ideal geschützt. Die Neschen-Printmedien sind mit einem wasserbasierten Kleber ausgerüstet, der sich auf vielen Untergründen, wie auf Holzlaminate, keramischen Fliesen, Marmor, Parkett, Estrich sowie hochwertigem PVC verkleben und nahezu rückstandsfrei wieder entfernen lässt. Die mit filmolux FGS geschützten und auf dem Boden verklebten Aufkleber sind sofort begehbar. › www.neschen.com

UPGRADE VON AGFA GRAPHICS

JETI MIRA JETZT MIT UV-LED-HÄRTUNG

Im Rahmen der Optimierung des bestehenden Portfolios hat Agfa Graphics ein Upgrade des Jeti Mira lanciert. Der neue Jeti Mira LED verfügt über UV-LED-Härtungstechnologie, was der Druckqualität auch im Sign- & Displaydruck zugute kommt. Und durch eine verbesserte

tenverbrauch sorgen. Der Jeti Mira wird von der Wide Format Workflow Software Asanti gesteuert, die das Verfahren von der Druckvorstufe bis zu Produktion und Finishing kontrolliert. Neu bei Asanti ist die optionale Integration mit Print-Sphere – dem cloudbasierten Service



Den Jeti Mira gibt es jetzt mit UV-LED-Härtung und 3D-Effekt-druck.

Lack-Option sind erstaunliche Drucke mit 3D-Effekten möglich.

Bis zu 2,69 m Druckbreite, ›Print and Prepare‹-Funktion, andockbare Rollenoption, zwei Tischversionen, Schnelligkeit (bis zu 231 m²/Std.), sechs Farben, Weiß als Standard, hochpigmentierte UV-Tinten und zwei Reihen Ricoh-Inkjet-Druckköpfe gehören zu den Ausstattungsmerkmalen.

Agfa Graphics hat spezielle UV-LED-Tinten entwickelt, mit denen wärmeempfindliche Substrate wie dünne Folien, Selbstklebefolien und dehnbare PVC bedruckt werden können. Die Tinten sind kundenspezifisch und vielseitig auf zahlreiche Medien ausgerichtet. UV-Tinten von Agfa decken zudem ein breites Farbspektrum ab und bieten hohe Farbbrillanz für Anwendungen im Innen- und Außenbereich, während der hohe Pigmentgehalt und die optimierte Farbverwaltung von Asanti für geringen Tin-

von Agfa zur Produktionsautomatisierung. PrintSphere bietet Möglichkeiten, Workflows zu automatisieren und den Datenaustausch mit Kunden, Kollegen, Freelancern, anderen Abteilungen und anderen Agfa-Lösungen zu vereinfachen.

Nicht zuletzt kann der Jeti Mira dank des 3D-Linseneffekt-drucks vielen Anwendungen beeindruckende Effekte verleihen, darunter POP-Displays, Verpackungen, Dekor-drucken und Grafiken. Dank der Kombination optischer, aus UV-härtendem Lack bestehender Linsen und Bildbearbeitung verleiht der Jeti Mira Druckergebnissen Tiefe durch Abstimmung der Größe der Lacklinsen und ihrer Anordnung beim Druck. › www.agfagraphics.com

KERN DIGITALDRUCK ERGÄNZT ANDERE DRUCKVERFAHREN

Die Kern GmbH im saarländischen Bexbach ist heute breiter aufgestellt denn je. Mit Bogenoffset- und Digitaldruck, digitalem Großformatdruck und umfangreicher Druckweiterverarbeitung werden neben Akzidenzen Produkte aller Art für die Werbung wie Direktmailings, Selfmailer, Plakate, Schilder, Displays und sonstige Produkte für die Innen- und Außenwerbung hergestellt.

Text und Bild: Kodak

Der Digitaldruck spielt bei dem nahezu 100 Mitarbeiter zählenden Familienunternehmen Kern eine immer größere Rolle. »Unsere Digitaldruckabteilung ist stark gewachsen. Wo vor einigen Jahren zwei Mitarbeiter tätig waren, sind es heute ein Dutzend. Wir denken, dass unser weiteres Wachstum vor allem



im Digitaldruck stattfinden wird«, sagt **André Kern**, der den Betrieb zusammen mit seinem Vater Jürgen Kern und seinem Bruder Holger als Geschäftsführer leitet.

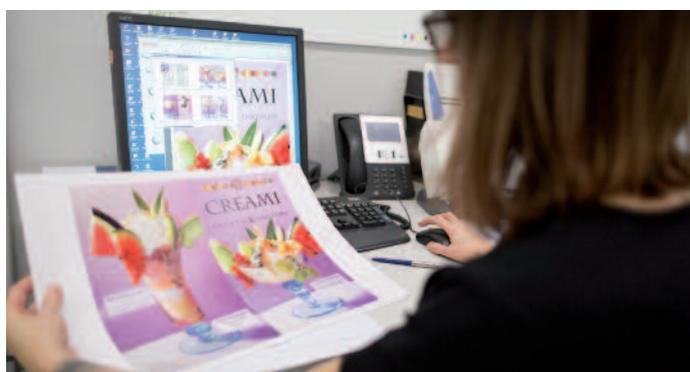
Im digitalen Bogendruck produziert neben drei Schwarz-Weiß-Systemen eine Kodak Nexpress SX3300 Farbdruckmaschine, die mit einem Langformatanleger ausgestattet ist, der es ermöglicht, bis zu 356 x 660 mm große Bogen zu bedrucken. Diese Möglichkeit wird in Bexbach täglich genutzt. Mit ihrer hohen Farbdruckqualität ergänzt die Nexpress den Bogenoffset mit drei Heidelberg-Maschinen – einer Fünffarben mit Lack, einer Achtfarben im 3B-Format sowie einer Fünffarben mit Lack und Anicolor-Farbwerk.

Wie André Kern erläutert, handelt es sich bei den Aufträgen, die auf der Nexpress laufen, zu 60% um Klassiker wie Visitenkarten. »Alles bis etwa 300 Exemplare im A4-Format«, so Kern. 10% machen Muster- und Freigabeexemplare von Broschüren, Ka-

talogen und Verpackungen sowie Vorabauflagen aus und 30% sind individualisierte Druckprodukte wie Mailings. Apropos Mailings: Kern nahm schon vor einigen Jahren für die Personalisierung und Codierung von Direktwerbung im Hochauflagenbereich als einer der ersten Anwender weltweit mehrere Kodak Prosper S10 Eindrucksysteme in einer speziellen Finishing-Linie in Betrieb.

»Das Maß der Dinge«

»Was Farbqualität, Aussehen des Druckbildes, verwendbare Bedruckstoffe, Format und Inline-Veredlungsfunktionen betrifft, ist die Nexpress für uns weiterhin das Maß der Dinge«, urteilt André Kern. »Es gibt kaum ein Papier, das auf der Nexpress nicht funktioniert. Dabei ist das Spektrum der Materialien, die wir verwenden, ziemlich groß und reicht vom 60-Gramm-Recyclingpapier bis zum 400-Gramm-Chromosulfatkarton. Wir erzielen das von vielen Kunden erwartete Look and Feel des Offsetdrucks. Das ist wichtig, weil bei uns der Übergang vom Digital- zum Offsetdruck fließend und praktisch an der Tagesordnung ist – zum Beispiel wenn nach der digital gedruckten Vorabauflage eines Kataloges die Hauptauflage ansteht oder wenn im Offset vorgedruckte Materialien auf der Nexpress mit variablen Inhalten ergänzt werden.« In diesem Zusammenhang sei es von Vorteil, dass die Nexpress durch ihre exakte Bogen-



Bei der Kern GmbH ist der Übergang vom Digital- zum Offsetdruck fließend und praktisch an der Tagesordnung.

wendung mit Anlage an immer derselben Bogenkante für ein perfektes Schön- und Widerdruckregister sorgt.

Fünftes Druckwerk

Kern schöpft die Möglichkeiten, die das fünfte Druckwerk der Nexpress für die Aufwertung und Veredelung der Farbdrucke bietet, bei diversen Anwendungen aus. So sorgt die Light Black HD Dry Ink für eine optimierte Wiedergabe von Schwarz-Weiß-Bildern sowie Hauttönen. Die ebenfalls verwendete Clear Dry Ink überzieht die Farbdrucke mit einer transparenten, seidenmatten Beschichtung. Diese Dry Ink ist auch die Basis für die Hochglanzveredelung der Farbdrucke in der Nexpress. Am häufigsten nutzt Kern jedoch Dimensional Printing. Damit lassen sich ausgewählte Partien des Druckbildes mit einem dreidimensionalen Effekt versehen, der sicht- und fühlbar ist. Unter anderem hilft Dimensional

Printing, individualisierte Fotopostkarten und Fotokalender, die Kern täglich im Auftrag eines Onlineportals produziert, mit einer fein granulierten Oberfläche zu versehen. Dies verleiht den Drucken die Anmutung von klassischem Fotopapier.

Schließlich betrachtet André Kern das ORC-Konzept der Nexpress als fundamentalen Vorteil: »Die Maschine läuft ohnehin sehr stabil und da die Bediener viele Wartungsarbeiten selbst durchführen und Verschleißteile auswechseln können, haben wir immer eine Top-Druckqualität.« In dieser Hinsicht bringt das Upgrade auf System 15, das Kern der Nexpress spendiert, weitere Verbesserungen. Neben einem schnelleren RIP und neuen Druckmodi erhält die Maschine neue Reinigungswischer, die die Nutzungsdauer bestimmter Komponenten verlängern.

» www.kodak.com

Omnifire 1000

4D-DRUCKSYSTEM VON HEIDELBERG

Die Heidelberger Druckmaschinen AG präsentierte auf der InPrint 2016 Mitte November in Mailand ihr erweitertes Angebot für den sogenannten 4D-Druck. Damit bezeichnet Heidelberg das digitale, flexible, farbige und individuelle Bedrucken von Objekten jeglicher Form. Das Unternehmen zeigte erstmals



Die Heidelberg Omnifire 1000 bedruckt Objekte jeglicher Form und unterschiedliche Materialien individuell, flexibel, wirtschaftlich und in hoher Qualität.

die Omnifire 1000 und vergrößert damit die Bandbreite bedruckbarer Objekte und Oberflächen.

Mit dem Automobilzulieferer Ritzi Lackiertechnik GmbH mit Sitz im baden-württembergischen Tuningen konnte Heidelberg den ersten Pilotanwender von den Vorzügen der Omnifire 1000 überzeugen. Ritzi ist Spezialist für innovative Oberflächenveredelung von hochwertigen Bauteilen unterschiedlicher Automobilhersteller und plant, die Omnifire 1000 in ihren industriellen Produktionsprozess zu integrieren um sowohl Serienteile als auch After-Sales Teile mit unterschiedlichen farbigen Dekoren zu individualisieren und aufzuwerten.

› www.heidelberg.com

› www.ritzi-lackiertechnik.de

A3-Farbmaschinen

NEUE KYOCERA TASKALFA-SERIE

Mit der neuen Taskalfa-Serie hat Kyocera eine neue Generation an A3-Farbmaschinen in den deutschen Markt eingeführt. Die Multifunktionssysteme Taskalfa 2552ci/3252ci/4052ci/5052ci/6052ci mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 25, 32, 40, 50 und 60 Seiten pro Minute sind vorwiegend für Büroum-

gebungen mit mittleren und gehobenen Druckvolumen geeignet und bringen diverse Verbesserungen mit sich. So



Kyocera hat eine neue Serie der Multifunktionssysteme Taskalfa auf den Markt gebracht.

haben die neuen Kyocera-MFPs nun eine Druckauflösung von 1.200 x 1.200 dpi mit MultiBit, die außerdem auf einer größeren Papiervielfalt abgebildet werden kann. Die maximale Papiergröße wurde von A3+ auf SRA3 (320 mm x 450 mm) erhöht, bei der Papierstärke reicht die Bandbreite von 52 bis 300 g/m². Die interne Ausgabe wurde standardmäßig auf 500 Blatt erweitert, optional kann ein interner Finisher verwendet werden.

› www.kyocera.de

Kyocera

SCHNELLER TINTEN-STRAHLDRUCKKOPF

Kyocera hat bereits im Oktober 2015 einen der schnellsten Tintenstrahl Druckköpfe mit 360 dpi und Tintenzirkulationssystem vorgestellt. Der Druckkopf erreicht eine Geschwindigkeit von bis zu 50 m/Min. mit 84 Picolitern pro Tropfen. Der Druckkopf ist nun auch mit bis zu 160 Picolitern verfügbar. Der Kyocera KJ4C-0360 Druckkopf ist mit öl- und wasserbasierten Tinten, Tinten mit großen Pigmenten und schnell trocknenden Tinten kompatibel. Verwendung findet er bei Textilien, Keramikfliesen und im medizinischen Bereich beispielsweise auf Tabletten.

› www.kyocera.de

Ricoh TotalFlow Suites

EINFACHERE SOFTWARE-EINBINDUNG

Ricoh hat sechs neue TotalFlow Suites angekündigt. Die Sammlung sich ergänzender Lösungen unterstützt wichtige Produktionsbereiche. So optimiert die TotalFlow Marketing Suite die Marketing-Automatisierung, die CCM Suite die Kommunikation mit dem Kunden, die Publishing Suite automatisiert den Workflow und die CRD Suite soll die Produktivität von Hausdruckereien (CRD) steigern. Zur Verbesserung der Reproduktion von Farben sorgt die Colour Suite, während die O2D Suite den Übergang von der Offset- zur Digitalproduktion erleichtert.

› www.ricoh.de

Xerox

NEUER FARBDRUCKER UND MFP

Xerox präsentiert den Xerox Phaser 6510 Farbdrucker und den Xerox WorkCentre 6515 Farb-Multifunktionsdrucker. Der neue Xerox Phaser 6510 Farbdrucker und der Xerox WorkCentre 6515 Farb-MFP mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 28 Seiten pro Minute und einer Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi können mit jedem mobilen Gerät verbunden werden, sodass die Mitarbeiter auch von ihren Tablets oder Smartphones aus drucken können, wenn sie unterwegs sind.

› www.xerox.de

DIGILINE VON ATLANTIC ZEISER**KOMBINIERTE BLISTER-ANLAGE FÜR KLEINE AUFLAGEN MIT UV-INKJET**

Integriert in die Blisterlinie Noack 960 von Romaco bietet das Digitaldrucksystem Digiline Blister von Atlantic Zeiser die Möglichkeit, Blisterfolien kleiner und mittlerer Losgrößen flexibel, kostengünstig und in hoher Druckqualität variabel zu bedrucken. Die Romaco Group

Inkjet-Digitaldruck mit UV-Tinten. Damit spart man vor allem Rüstzeit, die bei Jobwechseln lediglich im Sekundenbereich liegen und damit deutlich geringer ausfallen als bei Flexodrucksystemen. Anwender können damit aber nicht zuletzt auch beträchtliche, zum Teil wieder-

Zudem kann die aufgetragene Tintenmenge den Erfordernissen der Folie angepasst werden. Die zur Trocknung der Tinte eingesetzte UV-A LED-Technologie hat eine etwa zehn Mal längere Lebensdauer als die im Flexodruck eingesetzten UV-C-Trockner.



Die Blisterlösung Romaco Noack 960 ist speziell für mittlere bis sehr kleine Losgrößen konzipiert. Basis dafür sind kurze Rüstzeiten, schnelle Formatwechsel und ein hoher Automatisierungsgrad.

zählt zu den führenden Anbietern von Verpackungs- und Prozesstechnologie. Entgegen der im Blister-Bereich noch häufig eingesetzten Flexodruck-Technologie setzt das integrierte Digiline Blister auf wartungsarmen

kehrende Kosten sparen, wie etwa für Druckklischees oder UV-C-Strahler mit begrenzter Lebensdauer. Das System ist für eine native Auflösung von 600 dpi ausgerüstet und verfügt über einen originären PDF-RIP.

In Kombination mit der Blisterlösung Romaco Noack 960 ist die Anlage optimiert für häufige Produkt- und Formatwechsel durch einen hohen Automatisierungsgrad.

› www.atlanticzeiser.com



PSI

10. – 12. Januar
Düsseldorf 2017

Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

**JETZT
TICKET BUCHEN!**

Meine
erste
Adresse

Regen-
Schirme

Tassen

USB-
Sticks

Exklusiv für PSI Händler: Zeigen Sie Ihren Kunden am Donnerstag, 12. Januar, die PSI!
Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

 Reed Exhibitions

www.psi-messe.com/tickets

UVgel Drucker

CANON MIT NEUER DRUCKTECHNOLOGIE

Canon hat seine neue UVgel Drucktechnologie angekündigt. Diese Technologie – bestehend aus neuen UV-härtenden Tinten, größerem Farbraum und extrem dünnem Tintenauftrag – soll ab Frühjahr 2017 in einer neuen Serie von Roll-to-Roll Druckern zur Verfügung stehen. Sie bietet Druckdienstleistern eine bisher unerreichte Kombination von Produktivität, Druckqualität, Anwendungsvielfalt, Automatisierung und niedrigen Betriebskosten. Dazu Thomas Haep, Director Wide-Format und 3D-Printing bei Canon Deutschland: »Unsere neue Technologie überwindet die Beschränkungen des Eco Solvent- und Latex-Drucks, indem sie es ermöglicht, Tinte schneller auf die Druckmedien aufzubringen. Sie führt zu einer höheren Geschwindigkeit und Produktivität bei gleichzeitig sinkendem Tintenverbrauch und bietet dabei zusätzlich noch einen erweiterten Farbraum. Diese neue Technologie bildet die Basis einer neuen Generation von Roll-to-Roll Druckern, die unseren Kunden helfen wird, die Effizienz ihrer Druckproduktion zu verbessern und zugleich ihre Betriebskosten zu senken.«

› www.canon.de

Roland DG

NEUE DRUCKER/SCHNEIDEPLOTTER

Roland DG hat zwei neue Eco-Solvent-Großformat-Tintenstrahldrucker/Schneideplotter in seinem TrueVIS-Sortiment angekündigt: die Modelle SG-300 und SG-540. Die SG-Reihe ist Teil des TrueVIS-Sortiments und bietet hohe Farbqualität, Vielseitigkeit und Benutzerfreundlichkeit mit wichtigen Verbesserungen: neue FlexFire-Druckköpfe von Roland DG,



Die SG-Reihe verfügt über ein Tintensystem mit 500-ml-Tintenbeuteln, die sich schnell und einfach in die wiederverwendbaren Halterungen einsetzen lassen.

neue TrueVIS-Tinte (CMYK), fortschrittliche integrierte Druck- und Schneidetechnologie sowie zahlreiche weitere moderne Eigenschaften. Die SG-Geräte sind in den zwei Ausführungen mit 762 mm und 1.371 mm erhältlich und finden ihre Anwendung in der Indoor- und Outdoor-Werbung wie zum Beispiel Fahrzeugaufkleber, Banner, Poster und Displays, Etiketten, Transfers und mehr.

› www.rolanddg.de

Kyocera

FÜNF NEUE A3-FARB-MFPs

Kyocera lanciert fünf neue A3-Farb-Multifunktionsgeräte. Mit der TASKalfa Serie setzt Kyocera den Fokus auf brillante Farbqualität. Die neuen TASKalfa Multifunktionssysteme von Kyocera bieten eine Geschwindigkeit von 25 bis 60 Seiten pro Minute und eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi bei voller Betriebsgeschwindigkeit. Für verbesserte Farb-



Die neuen TASKalfa Multifunktionssysteme von Kyocera sind ab sofort im Fachhandel erhältlich.

qualität sorgt der neu entwickelte Toner mit einem breiteren Farbspektrum. Die Systeme drucken auch auf SRA3 (randabfallend von Kante zu Kante DIN-A3), Bannerpapier, Registerkarten und Papier mit einer Grammatik von bis zu 300 g/m² drucken.

Mit dem Flottenmanagement- und Service-Tool Fleet Services sorgt Kyocera dafür, dass benötigter Toner bei Bedarf geliefert wird, ohne dass Kunden dazu einen Dienstleister kontaktieren müssen.

› www.kyocera.de

HP A3-Kopierer

NEUE GERÄTE AB FRÜHJAHR 2017

HP kündigt ein komplettes Portfolio an A3-MFPs an, darunter drei HP PageWide und 13 HP LaserJet Geräteplattformen. Insgesamt werden 54 verschiedene Modelle mit unterschiedlichen Weiterverarbeitungsoptionen erhältlich sein, darunter integrierte und externe Ausgabeinheiten mit Hefter, Locher und Broschürenfinisher. Die Drucker und Multifunktionsgeräte

bieten Druckgeschwindigkeiten zwischen 40 und 80 Seiten pro Minute.

Die HP LaserJet Managed MFPs werden als Multifunktionsgeräte für Farb- oder Schwarz-Weiß-Druck und mit Druckgeschwindigkeiten zwischen 22 und 60 Seiten pro Minute erhältlich sein.

HP stellt zudem HP Smart Device Services vor. Dieses Set von Cloud-basierten Tools und Geräte-Analysefunktionen soll den Service verbessern.

› www.hp.com

Mimaki

FARBABSTIMMUNG OPTIMIEREN

Mimaki erhöht die Qualität der Druckproduktion durch innovative Softwarelösungen für exakte und brillante Farben, die in einer immer farbintensiveren Welt an Bedeutung gewinnen. Drei neue Softwarelösungen sind Ausdruck dieses modernen Konzepts: die Farbsammlung Artista Textile Color Collection, der Mimaki Profile Master 3 für die technisch Druckerpro-



Die Farbmanagement-Software Mimaki Profile Master 3 setzt den Anwender in die Lage, beim Drucken auf unterschiedlichen Medien mit dem gleichen Drucker sowie beim Einsatz unterschiedlicher Druckermodelle und Tinten äquivalente Farben zu reproduzieren.

filierung und die RIP-Software RasterLink6 Version 5.0. Alle genannten Produkte wurden mit dem Ziel entwickelt, den Druckereien zu helfen, auf mehreren Geräten und an unterschiedlichen Standorten konsistente und reproduzierbare Farben zu erzielen.

› www.mimakieurope.com

KURZ & BÜNDIG Die **Fujifilm** Jet Press 720S hat durch die Zertifizierungen der deutschen Forschungsgesellschaft **Fogra** und der amerikanischen Organisation für Druckstandards **GRACoL** weitere Gütesiegel erhalten. • **Ricoh** hat das 300. Einzelblatt-Digitaldrucksystem Ricoh Pro C9110 in Europa bei **HG Media** in Norwegen installiert. • Der **Epson** SureColor SC-S80600 ist seit November **Pantone** zertifiziert, nachdem der Drucker 98,2% der Pantone Solid Coated Farben reproduziert. • HP hat mit der Auslieferung seiner HP Jet Fusion 3D-Drucker an seine Entwicklungspartner in Europa und Nordamerika begonnen. • **Repro-Terminal** hat einen Großformatdrucker vom Typ **HP** PageWide XL 8000 mit Online-Faltung in Betrieb genommen. Der Druckdienstleister ist in Essen Anlaufstelle für Reprografie und bietet die Abwicklung von Kopier-, Druck-, Plot- und Scanaufträgen. • **Ricoh** hat die Mobile-App TotalFlow Supervisor eingeführt, mit der Anwender unabhängig von Marke und Modell minutengenaue Meldungen zum Status ihrer digitalen Drucksysteme zu erhalten.

ARTGRAPHIC CAVIN WO DIGITALE FLEXIBILITÄT DEN OFFSETDRUCK FLANKIERT

Bei der Artgraphic Cavin SA flankiert der digitale Produktionsfarbdruck seit Langem den Bogenoffset. Schon im Jahr 2004 stieg das in der Gemeinde Grandson in der Westschweiz ansässige Familienunternehmen mit einer Kodak Nexpress 2100 in den Digitaldruck ein. Mit der Kombination aus Offsetdruck und Digitaldruck bietet Artgraphic Cavin ihren Kunden heute Produktionsvielfalt und erstklassigen Service.

Text und Bilder: Kodak

Heute verfügt die vollstufige Druckerei, die sich auf qualitativ anspruchsvolle Aufträge spezialisiert hat, über eine Kodak Nexpress SE3000. »Als Offsetdrucker wollten wir eine Digitaldruckmaschine, die als industrielles Produktionssystem für eine hohe Belastung konstruiert ist, eine umfangreiche Palette von Bedruckstoffen verarbeiten kann und hohe Druckqualität liefert«, begründet Sébastien Chevalier, stellvertretender Direktor, die Entscheidung für die Nexpress.

Hohe Qualität und erstklassiger Service sind für das Unternehmen wichtige Faktoren, um im Wettbewerb zu bestehen. »Der Schweizer Markt ist relativ klein, wir haben viele Mitbewerber und die Auflagen schrumpfen. Vor diesem Hintergrund müssen wir unsere Prozesse optimieren, um die beste Qualität zum richtigen Preis anbieten zu können. Dafür nutzen wir neueste Produktionstechnologien«, sagt Sébastien Chevalier.

Gold, Dimensional und Extras

Die Druckerei mit 45 Beschäftigten verfügt über eine ganze Reihe von Anwendungslösungen für das fünfte Druckwerk der Nexpress, um die CMYK-Farbdrucke in einem Produktionsgang mit zusätzlichen aufmerksamkeits- und wertsteigernden Veredelungsmerkmalen zu ergänzen. Hauptsächlich genutzt werden die



Sébastien Chevalier ist an allen Strategie- und Investitionsentscheidungen beteiligt und kümmert sich um Produktionsleitung, IT-Fragen und Marketing.

Gold Dry Ink, mit der sich authentische Gold- und Metallic-Farbtöne reproduzieren lassen, und Dimensional Printing, das ausgewählte Bereiche des Druckbildes mit einem sicht- und fühlbaren dreidimensionalen Effekt versieht. »Diese Möglichkeiten werden von Kunden gerne in Anspruch genommen, um die visuelle und haptische Attraktivität der Druck-Erzeugnisse zu steigern«, erläutert Chevalier, der selbst einer von drei Angehörigen des Unternehmens ist, die in der Bedienung der Nexpress geschult sind. »Wir haben auch die Light Black HD und die rot fluoreszierende Dry Ink im Haus und in der Nexpress Hochglanzeinheit können wir die Druckbogen mit brillanten Hochglanzveredelungen ausstatten.«

Ein Kodak Prinergy Workflow, der auch einen Kodak Magnus 400 Plattenbelichter ansteuert und mit einem Insite Prepress Portal kombiniert ist, versorgt die Digitaldruckmaschine mit Druckjobs. Auf der SE3000 laufen unterschiedliche Aufträge wie Visiten- und Postkarten, Broschüren, Be-

richte, Flyer und Plakate – typischerweise in Auflagen bis 1.000 Exemplare. Höhere Auflagen werden mit der Kodak Trillian SP Thermoplatte auf vier Bogenoffsetmaschinen, darunter drei Fünffarbenmodelle im Bogenformat bis 530 x 750 mm gedruckt.

»In diesem Zusammenhang ist es ein großer Vorteil, dass wir auf unserer Nexpress fast alle Bedruckstofftypen verwenden können, mit denen wir im Offsetdruck arbeiten, und zwar ohne Primer-Vorbehandlung«, betont Chevalier.

Immer auf dem neuesten Stand

Artgraphic Cavin hat die Nexpress SE3000 auf die aktuelle Softwareversion 15 aufgerüstet. Neben einem schnelleren RIP und einer Verbesserung der Druckqualität loben die Anwender vor allem die Ink Optimization-Funktion. Dabei handelt es sich um eine von Kodak entwickelte Variante der Buntfarbenreduktion, die für eine größere Farbstabilität und

Einsparungen beim Verbrauch der Inks sorgt.

Im Übrigen harmonisiert die Digitaldruckmaschine mit dem Anspruch des Unternehmens einer umwelt-schonenden Produktion. »Erstens fällt beim Digitaldruck weniger Anlaufmakulatur an als beim Offset. Zweitens wurde unsere Nexpress schon mehrfach durch Nachrüstungen auf den neuesten technischen Stand gebracht. Das ist umweltfreundlicher, als bei jeder technologischen Neuerung die bisherige Maschine durch eine neue zu ersetzen. Und drittens recycelt Kodak alle verbrauchten ORCs, was für uns sehr wichtig ist«, konstatiert Sébastien Chevalier. Überhaupt hält er das ORC-Konzept mit den vom Nexpress Bediener austauschbaren Komponenten für sehr hilfreich. Es bietet dem Anwender hinsichtlich der Nutzungsdauer der ORCs und des genauen Zeitpunkts des Austausches eine große Flexibilität.

»Wir sind mit der Nexpress und den anderen Kodak-Technologien, die wir im Unternehmen haben, sehr zufrieden. Die Systeme ermöglichen uns, hohe Qualitätsstandards einzuhalten. Zudem werden die Technologien kontinuierlich weiterentwickelt und der Support von Kodak ist effizient«, resümiert Sébastien Chevalier.

► www.kodak.com



JCM WERBEDRUCK AG EIN ZIEL: DAS PERFEKTE PLAKAT

Wenn es um große Drucke geht, ist die kleine Schweiz immer ganz vorne mit dabei. Die JCM Werbedruck AG aus Schlieren allemal. Denn kürzlich hat das Unternehmen mit dem weltweit ersten HP-19000-Großformat-System für den Inkjet-Plakatdruck noch einmal ordentlich vorgelegt. Wir trafen den JCM-Geschäftsleiter Thomas Häuptli in Schlieren zu einem hochinteressanten Gespräch.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Im Vergleich zu Deutschland hat der Plakatdruck in der Schweiz ein deutlich höheres Potenzial. Nicht in absoluten Zahlen, aber – und das mag viele vielleicht überraschen – anteilmäßig an den Werbeausgaben. In der Schweiz werden rund 12% der Budgets in Außenwerbung investiert, in Deutschland liegt dieser Wert bei gerade einmal 6,6% mit nur gerin-

gem Wachstum. Augenfällig wird dies, wenn man von Norden kommend, die Grenze überschreitet. Da fallen nicht nur die ganzjährig vorhandenen Wahlplakate auf – in der Schweiz wird an mehr Stellplätzen und bei höherer Tauschfrequenz mit Plakaten geworben.

Und nicht zuletzt haben Großplakate in der Schweiz Tradition. Der Ursprung der JCM Werbedruck AG liegt im Jahre 1840 in der Lithographie von Plakaten. Die ehemalige J.C.

Müller produzierte zuerst mit Stein-druckpressen und danach auf Offset-anlagen großformatige Kunstdrucke und Plakate. Nach wie vor beweist die heutige JCM Werbedruck AG als eine der ältesten Druckereien der Schweiz seit über 150 Jahren, dass stetige Innovation Früchte trägt. Durch die heutige Fokussierung auf die Bereiche Außenwerbung sowie Werbemittel für den Point of Sale steht JCM Werbedruck für Qualität bei Werbung im Großformat.

Außenwerbung im großen Stil

Wer sich mit den heute verfügbaren Werbemitteln (vor allen den digitalen) auseinandersetzt, atmet geradezu auf, wenn sich hinter dem Begriff ›Out of Home Media‹ Handfestes wie Plakate verbergen. Dennoch sind die Marketinginstrumente auch für die Kommunikation im öffentlichen Raum inzwischen so vielfältig wie nie. Eine der Gründe ist sicher die zunehmende Mobilität der Ge-

sellschaft. Tausende von Menschen reisen täglich auf der Straße oder in öffentlichen Verkehrsmitteln und kommen dabei mit Außenwerbung in Kontakt. Plakatwerbung erfreut sich dabei nicht nur hoher Sympathie, sondern ist auch die wirksamste und wirtschaftlichste Form der Markenkommunikation, die nahezu alle Teile der Bevölkerung erreicht.

Und wer kennt sie nicht, die geklebten Werbe-, Kunst- und Kulturplakate in Fußgängerzonen, Bahnhöfen und Straßen? Die hinterleuchteten Plakate, die ihre Botschaft bei Tageslicht und in den Abendstunden verbreiten? Hohlkammerplakate, die Wind und Wetter trotzen und sich auch für eine längere Verwendungsdauer eignen oder die Boards und Poster in öffentlichen Verkehrsmitteln, Fenstertransparente in Bus oder Straßenbahn oder die Verkehrsmittelwerbung an Fahrzeugen?

All diese unterschiedlichen Werbeformate auf ebenso unterschiedlichen Materialien sind seit vielen Jahren die Stärke von JCM. Denn gerade die hohe Betrachtungsfrequenz der Außenwerbung verlangt nach sorgfältiger Herstellung. Der Umgang mit den großen Formaten erfordert dabei ein ganz spezielles Know-how und einen spezialisierten Workflow: Das betrifft die Formate, deren Aufteilung, die Materialien, das Wissen um gesättigte und leuchtende Farben bei Tag und Nacht und nicht zuletzt Fragen danach, in welchem Verfahren sich die Werbedrucke bei welcher Auflage auch wirtschaftlich umsetzen lassen.

Größte Bogenoffsetmaschine der Schweiz

Als geradezu ideal erwies sich bei JCM Werbedruck 2004 die Investition in eine Fünffarben-KBA Rapida 205, mit der auch größte Plakatformate bis zum Format 150 x 205 cm in hohen Auflagen produziert werden können. Die Rapida ist noch immer die größte Bogenoffsetmaschine in der Schweiz (auch in der Welt) und produziert bei konstanter Auslastung Auflagen von 500 bis

mehreren Tausend Exemplaren. Mit fünf Farbwerken lassen sich auch Sonderfarben oder Lack-Applikationen kreativ einsetzen.

Die Schöpfer insbesondere von Kunstplakaten kommen zum Abstimmen auch gerne direkt an die Maschine. Oder auf das Außengelände bei JCM. Denn wo ließe sich ein Plakat besser beurteilen, als unter Tageslichtbedingungen?

Digitale Alternative

Doch die großen Zeiten des Offsetdrucks bei der Plakatproduktion scheinen vor allem aufgrund der abnehmenden Auflagen vorbei zu sein. Doch haben alternative Druckverfahren wie das Large-Format-Printing erst in den letzten Jahren ein Leistungs- und Qualitätslevel erreicht, das für professionelle Druckereien interessant geworden ist.

Dennoch hat sich die JCM Werbedruck AG schon frühzeitig mit dem digitalen Druck beschäftigt. Aber ins wirklich große Format stieg das Schlierener Unternehmen erst 2013 mit einer Agfa M-Press Jaguar ein, einer Inkjet-Maschine mit UV-Tinte für das Format 1.660 x 3.300 mm, die starre und flexible Substrate bis zu knapp 51 mm Stärke mit einer Auflösung von 720 x 540 dpi bedruckt. Nur wenige Monate nach der Installation der ersten M-Press folgte eine baugleiche zweite Maschine dieses Typs.

»Mit den beiden Maschinen stellen wir nicht nur Plakate her, sondern auch verschiedene POS-Werbemittel. Denn wir können mit den Maschinen

außer Papier und Karton eine Unzahl weiterer Materialien wie Folien in nahezu allen Ausprägungen, Planen und sogar Holz bedrucken«, erläutert **Thomas Häuptli**, Geschäftsleiter der JCM Werbedruck AG.



Umsatztreiber POS-Business

Gerade der POS-Bereich scheint dabei für JCM Werbedruck immer interessanter zu werden. »Wir erleben zunehmenden Wettbewerb einerseits durch die verschiedenen digitalen Werbeformen und andererseits einen knallharten Preiskampf im Plakatgeschäft. Dennoch konnten wir unseren Umsatz halten. Deutlichen Zuwachs spüren wir jedoch bei den POS-Aufträgen. Das sind zum Teil großformatige Drucke wie Banner, Displays, Fenster- und Bodenkleber oder Textildrucke, aber auch kleinere Objekte, die in Filialen und Verkaufsstellen großer Händler zum Einsatz kommen«, berichtet Thomas Häuptli. Nach seinen Angaben war der POS-Umsatz bei JCM 2013 kaum nennenswert: »Heute sind es bereits über 30 Prozent.«

Dabei sind die Anwendungen äußerst vielfältig für Aktionen oder als Dekorationselemente: Hängekartons sind in Ladengeschäften aller Art ein beliebtes Mittel, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Je nach Anwendung, Verwendungsort und -dauer produziert JCM Hängekartons ein- oder doppelseitig auf Karton, Plastoset oder Hohlkammerplatten. Dazu trägt auch die HP Latex 3500 bei, die

durch die geruchsfreien Tinten besonders für Anwendungen im Innenbereich geeignet ist. Neben diversen Textilien (beispielsweise für Fahnen) und Folien kann auch verschiedenartiges Papier bis zu einer maximalen Breite von 3,20 m verarbeitet werden.

Auch ein Modell der TurboJet-Familie für die Herstellung von Plakaten und Postern ist bei JCM Werbedruck im Einsatz. Der HP Scitex TurboJet 8600 ist das neueste Modell und produziert mit bis zu 480 m² pro Stunde. Neben Papier können mit der HP Scitex TurboJet auch Vinyl-Folien kostengünstig in hohen Auflagen hergestellt werden.

Werbemittel für die Selbstmontage

Was JCM Werbedruck jedoch von Wettbewerbern bei der POS-Produktion unterscheidet, ist die Tatsache, dass nur Produkte hergestellt werden, die keine aufwändige Installation erforderlich machen. »Solche Aufträge überlassen wir entsprechend spezialisierten Werbetechnikern. Wir fokussieren uns eindeutig auf Werbemittel, die von den Kunden selbst montiert und einfach aufgebaut werden können«, sagt Thomas Häuptli.

Mit dem digitalen Schneidetisch vom Typ Zünd G3 Digital Cutter werden entsprechend kleine und mittlere Auflagen hergestellt. Bis zu 5 mm dicke Materialien können geschnitten, gerillt, geschlitzt oder gestanzt werden. Zudem ermöglicht der Lamina GL 2200 Gluer die Weiterverarbeitung von POS-Materialien wie etwa Displays, Boxen und Dispenser. Mit den Abrolleinheiten für doppelseitiges Klebeband können beispielsweise Poster oder andere Dekorationsmittel für die einfache Selbstmontage bei den Kunden und vor Ort vorbereitet werden.

Plakat-Automat

Dabei ergänzen sich die beiden Geschäftsbereiche POS und Plakate nahezu perfekt. ▶



Mit der KBA Rapida 205 Bogenoffsetmaschine werden Plakate bis zum Druckformat von 205 x 150 cm hergestellt.



Mit bislang unerreichter Produktivität ermöglicht die speziell für die JCM Werbedruck AG entwickelte Sonderanfertigung HP 19000 die effiziente Abwicklung eiliger Aufträge im Digitaldruck. Sie ist sowohl für die vollautomatische Verarbeitung von Karton wie auch von Papier geeignet.

Die beiden Agfa M-Press-Anlagen mit ihren Dreiviertel-Automat-Anlegern sind für die gemischte Produktion von POS-Material und Plakaten nach wie vor gut ausgelastet.

Für den digitalen Plakatdruck hatte Thomas Häuptli jedoch andere Pläne. »Wir gingen auf die Suche nach einer Maschine speziell für den Plakatdruck, die mindestens doppelt so schnell ist wie die bestehenden Systeme. Das setzte aber auch eine vollautomatische Be- und Entladung voraus.« Diesen Vorstellungen entsprach das 2015 von HP vorgestellte Großformat-System HP 17000, das allerdings speziell für den Verpackungsdruck auf Karton und Wellpappe konzipiert ist.

Die Verarbeitung von Papier sieht die HP 17000 nicht vor. Weshalb sich die JCM mit HP zusammensetzte, seine Ideen erläuterte und auf Interesse beim Hersteller stieß. Im November 2015 wurde die 12 x 8 m Standfläche beanspruchende Maschine an JCM Werbedruck geliefert und zunächst für den Druck von Kartonaugen eingesetzt. Ab Januar 2016 wurden die notwendigen Modifikationen am Großformat-Drucksystem vorgenommen. Und die waren nicht eben banal.

Die Maschine an sich blieb unverändert. Doch neben Software-Anpassungen mussten Modifikationen bei der Bogentrennung und beim Bogentransport vorgenommen werden. Für das Handling der Papierbogen wurden andere Sauger installiert und für die Fixierung der Druckbogen

spezielle Anpassungen des Vakuums durchgeführt. Es ist jetzt nicht mehr ein schlagartig einsetzendes Vakuum, sondern eine auf den Bedruckstoff abgestimmte Sequenz, die das Papier fixiert. Und nicht zuletzt mussten auch die Tinten auf den Bedruckstoff abgestimmt werden. Eingesetzt werden HP-HDR245-Tinten, die für Anwendungen auf Papier und Karton optimiert sind.

Jetzt heißt diese modifizierte Maschine HP 19000, ist die erste Installation weltweit, bietet ein Druckformat von 320 x 160 cm und druckt nun – wie gewünscht doppelt bis dreifach so schnell wie die Agfa-Maschinen – 150 bis 180 Plakate pro Stunde. Umgerechnet entspricht das in etwa 1.240 m²/Stunde.

Die zu bedruckenden Bogen (Papier, Karton, Pappe, Hohlkammerplatten und andere bis zu 25 mm dicke Materialien) werden auf Paletten in den Anleger der HP 19000 gefahren, bedruckt und danach wieder abgestapelt. Die in der Maschine eingesetzten 416 Druckköpfe (104 je Farbe CMYK) sorgen für einen streifenfreien Ausdruck – auch bei sehr hohem Durchsatz und geringeren Qualitätsmodi. Die Härtung der Tinten erfolgt mit UV-LED inklusive der Möglichkeit, verschiedene Glanzwerte zu erzielen.

Diesem Digitaldruck-Arbeitstier, den notwendigen Transport- und Lagerflächen für bedruckte und unbedruckte Bogen eingeschlossen, spendierte JCM Werbedruck eine ganze Halle.

Noch längst kein altes Eisen

»Die Weiterentwicklung im Inkjet-Digital-Druck ist gewaltig«, stellt Thomas Häuptli fest. »Ich habe ja selber längere Zeit in dieser Branche auf Herstellerseite gearbeitet und staune trotzdem noch immer.« (Viele werden Thomas Häuptli vielleicht noch in seiner Funktion als Marketing-Manager bei Agfa Graphics kennen.)

Und in der Tat haben sich die Leistungsmerkmale der Inkjet-Druckköpfe in den letzten Jahren etwa alle 18 Monate verdoppelt. Auch die Anzahl der eingesetzten Druckköpfe in den Maschinen wurde dramatisch erhöht. Kommen dann noch mechanische Verbesserungen und Automatisierungen (so ist bei der HP19000 etwa das parallele Laden von bis zu vier Bogen nebeneinander möglich) an den Maschinen selbst dazu, ist die Produktivitätssteigerung gegenüber drei Jahre alten Maschinen spektakulär.

Das heißt aber noch lange nicht, dass alle anderen Maschinen bei JCM Werbedruck nunmehr zum alten Eisen gehören. Die voll automatisierte HP 19000 wird nach den Worten von Thomas Häuptli der Zielsetzung entsprechend in erster Linie für den mittel- bis hochvolumigen Plakatdruck eingesetzt. Damit sind aufeinander folgende Jobs ohne Bedruckstoffwechsel gemeint.

»Die beiden M-Press bleiben nach wie vor wichtige Arbeitsgeräte, weil sie manuell beschickt werden können und sich nach wie vor hervor-

gend gerade für kleine Auflagen eignen, wo schnelle Materialwechsel notwendig sind«, erläutert Thomas Häuptli. Irgendwann werde man die Maschinen aber sicherlich aufgrund des Produktivitätsfortschritts im Wide-Format-Printing ablösen.

Hochinteressante Entwicklungen

Jetzt gelte es aber erst einmal, die erweiterte Kapazität durch die neue Maschine zu nutzen, die es JCM Werbedruck auch erlaubt, über neue Anwendungen wie etwa Verpackungen in Kleinserie nachzudenken.

Zudem kann die HP19000 auch kleinere Auflagen übernehmen, die bisher auf der Rapida 250 liefen, da beide Maschinen dieselben Bedruckstoffe verarbeiten können.

Bei einem möglichen Ersatz für den Bogenoffsetdruck wird Thomas Häuptli allerdings recht konkret. »Wir verfolgen die Entwicklung hier sehr genau«, sagt er. »Digitale Bogensysteme werden auf absehbare Zeit nicht die Leistung in dem Formatbereich bieten, den wir benötigen, beziehungsweise sie eignen sich nicht für Produktion auf Papier. Bei den Highspeed-Inkjet-Rollensystemen sehe ich dagegen hochinteressante Entwicklungen«, so Häuptli. »Eine Entscheidung über die Zukunft des Offsetdruckes bei der JCM Werbedruck AG erwarte ich noch vor 2020.«

➤ www.jcm.ch

KNOW-HOW AKTUELL



Die »Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen und künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt die Fachschriftenreihe »Druckmarkt COLLECTION« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.



DRUCKMARKT
COLLECTION
 DIE FACHTHEMEN-BIBLIOTHEK DES DRUCKMARKT

www.druckmarkt.com

FÜNF HP INDIGO Mit fünf HP Indigo WS6800 Digitaldruckmaschinen, die in Bochum, Wien und Baltimore installiert wurden, erweiterte der Waagen- und Etikettenspezialist Bizerba seine Druckerflotte. Die Qualität der HP Indigo und die Möglichkeit, Produktionsprozesse zwischen verschiedenen Standorten flexibel aufzuteilen, waren wichtige Entscheidungskriterien. Bei einer Flotte von weltweit mehr als 40 Maschinen ist für die Verantwortlichen von Bizerba auch das einheitliche Bedienungskonzept sowie die übergreifende Kontrolle der Maschinen von Bedeutung. Mit dem HP Production Analyzer können alle Druckprozesse kontrolliert werden und bei Bedarf zwischen den Produktionsstandorten verschoben werden. > www.hp.com > www.bizerba.com

WEITERE JET PRESS Die Greenshires Group, ein Akzidenzdruck- und LFP-Dienstleister, hat vor Kurzem eine Jet Press 720S in ihrem Werk im englischen Leicester installiert. Die Jet Press 720S-Technologie wird derzeit an weltweit 80 Standorten eingesetzt. > www.fujifilm.eu

XEIKON 8500 FÜR HKS 53 Arburg, Maschinenhersteller für die Kunststoffverarbeitung, hat sich erneut für eine Digitaldruckanlage von Xeikon entschieden. Die Rollenmaschine 8500 in Fünffarbkonfiguration ist bereits die vierte Xeikon-Generation des Hauses. Das fünfte Farbwerk ist der Arburg Firmenfarbe HKS 53, dem charakteristischen Mintgrün, vorbehalten. Die Sonderfarbe wird von Xeikon geliefert. Arburg druckt auf der Xeikon alles von 9 x 9 cm großen Karten bis zu 50 x 300 cm großen Postern und Plakaten mit dem mintgrünen Balken des Arburg Logos – bisher aus den vier Prozessfarben bedruckt, jetzt mit höherer Farbbrillanz als eigenständige Sonderfarbe. > www.xeikon.com

DIGITAL PRESS ERSETZT Die Kummor GmbH, eine auf Etiketten und Verpackungen spezialisierte Druckerei aus Franken, vertraut weiterhin auf HP Indigo Technologie. Nachdem vor zwei Jahren eine HP Indigo WS4600 in Betrieb genommen wurde, ersetzte Kummor die Maschine aufgrund der gestiegenen Auftragslage durch eine WS6800. Ein weiterer Grund war die Flexibilität: Mit der WS6800 können Etiketten, Verpackungen, Folien und weitere Medien bedruckt werden. > www.hp.com > www.kummor.de

NEUE HP INDIGO 10000 Das inhabergeführte Unternehmen M.J. Raak GmbH agiert mit Dienstleistungen wie Digital2Print, Web2Print und IT4Print erfolgreich am Markt und baut mit der Installation einer HP Indigo 10000 Digital Press seine Flexibilität aus. Bereits seit 13 Jahren ist M.J. Raak mit der HP Indigo Technologie vertraut und arbeitet mit je einer HP Indigo 5500 und 7600. > www.hp.com

Spintler Druck und Verlag **HP INDIGO 10000 DIGITAL PRESS**

Die Spintler Druck und Verlag GmbH in Weiden erweitert ihre Druckerflotte um eine HP Indigo 10000, die den Einstieg in den digitalen B2-Markt und die Individualisierung ermöglicht. Für Spintler war auch die Farbpalette ein entscheidender Faktor. Mit sieben Farbstationen liefert die HP Indigo 10000 eine große Flexibilität einschließlich White und Sonderfarben. > www.hp.com
> www.spintler.com

Wachstumsimpuls

KLARTEXT GMBH ERSCHLIESST MIT XEROX IGEN 5 NEUE PERSPEKTIVEN

Als Fullfillment-Dienstleister benötigt die Göttinger Klartext GmbH ein kompetentes Team, viel Know-how – und das richtige Equipment. Mit einer neuen Xerox iGen 5 Press sieht sich der Anbieter nun gerüstet. Die Xerox iGen 5 Press wurde aus einer Vielzahl von Gründen zur Lösung der Wahl. Sie bietet eine fünfte optionale Farbstation – wahlweise mit Orange, Grün oder Blau. Auch sind zusätzliche Geschwindigkeitsoptionen möglich. Gerade die fünfte Farbe spielt dabei eine zentrale Rolle. Sie erlaubt die Wiedergabe eines deutlich größeren Spektrums an Pantone-Farben sowie Volltonfarben – ohne Einschränkung in der Produktivität. Weitere Pluspunkte sind die Matt Dry Ink-Option, eine Bogengröße von 364 x 660 mm, die 2.400 x 2.400 dpi-Druckauflösung sowie die Inline-Verarbeitungslösungen. > www.xerox.de

BOOKWELL DIGITAL

MIT DER KBA ROTAJET VON DER PAPIERROLLE ZUM FERTIGEN BUCH

Mit der Investition in eine KBA RotaJET 130 für den 1/1-Druck aus der bei Bahnbreite und Farbigkeit flexibel erweiterbaren L-Serie von KBA geht die Bookwell Digital GmbH aus Finnland neue Wege in der Buchproduktion. »Mit der neuen Maschine können wir kleinere Aufträge hocheffizient digital drucken und in bester Druckqualität schnell auf den Markt reagieren«, sagt Geschäftsführer Juha Manninen. Pro Monat können mit der RotaJET 130 mehr als 500 Millionen A4-Seiten gedruckt werden. Bookwell Digital kann somit monatlich mehrere Millionen Bücher produzieren. Die High-Volume-Anlage soll Mitte 2017 die Pro-

duktion im finnischen Juva aufnehmen. Die Maschinen der RotaJET L-Serie basieren auf der gleichen Plattform und können auch nachträglich in einer oder auch mehreren Stufen von der kleinsten Bahnbreite 777 mm auf 1.380 mm maximal erweitert werden, ebenso vom 1/1-Druck auf den 4/4-Druck. Die bestellte RotaJET 130 wird mit 300 m/Min. laufen. Die Verbindung zwischen Präzisionsmaschinenbau, neuester Inkjet-Kopftechnologie und KBA RotaColor Polymertinten sorgt für eine hohe Druckqualität (1.200 dpi). Die Papierversorgung der beiden Druckstellen für den 1/1-farbigen Inkjet-

Druck erfolgt über einen automatischen Rollenwechsler KBA Pastomat in Verbindung mit der Rollenbeschickung Patras M. Die intelligente Papierführung ohne Wendestangen über zwei Zentralzylinder und optimal auf die Maschine abgestimmte IR-/TL-Trockner ermöglichen auch auf dünnen Papieren eine hohe Druck- und Registerqualität und eine faltenfreie Produktion. Die RotaJET 130 soll direkt an eine automatisierte Weiterverarbeitungslinie angeschlossen werden, um verkaufsfähige Bücher effizient inline zu produzieren. > www.kba.com



Schema der RotaJET 130 L-Serie für Bookwell Digital in Finnland.

labelprint24

DIGITALES ETIKETTENDRUCK-SYSTEM

Neun Monate nach der Installation einer HP Indigo WS6800 nimmt labelprint24 im sächsischen Großenhain mit einer Screen Truepress Jet L350UV ein weiteres digitales Etikettendruck-System in Betrieb. Das neue System ist inline an ein speziell dafür entwickeltes Finishingsystem angebunden, um die kom-

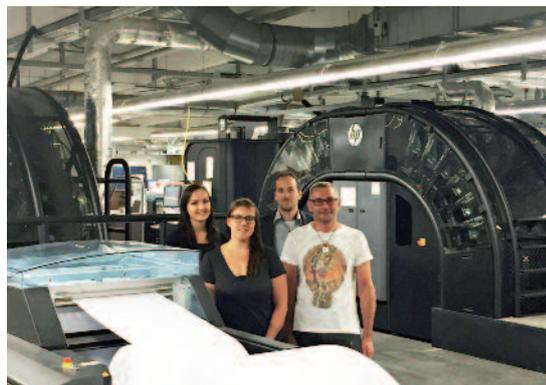


labelprint24 nimmt innerhalb kurzer Zeit zweites digitales Etikettendrucksystem in Betrieb.

plette Verarbeitung der Etiketten wie Lackieren, Stanzen und Wickeln auf einen Arbeitsgang zu reduzieren. Die neue Anlage wurde speziell für die Herstellung von Sandwichetiketten und anderen Multilayer-Etiketten gebaut. Damit ist der Verpackungshersteller in der Lage, diese Produkte in beliebigen Auflagen und vielen Sorten kostengünstig und mit kurzer Lieferzeit zu produzieren.
› www.labelprint24.com

Farb-Digitaldruck KAPAZITÄTEN VERDOPPELT

Swiss Post Solutions (SPS) setzt ab sofort zwei neue Farb-Digitaldruckmaschinen im Rollendruck ein. Damit wird die Druckkapazität bei dem Business-Process-Outsourcing-Dienstleister in Deutschland mehr als verdoppelt. Am Standort in Dettingen/Teck ergänzt eine IntelliJet 20 von Pitney Bowes



Das SPS Digitaldruckteam in Dettingen (von links): Anna Krizski, Colormanagerin; Céline Gilomen, Colormanagerin, Martin Schlichenmaier, Standortleiter Dettingen und Daniel Ziegler, Teamleiter Druck.

eine Maschine gleichen Typs, während am Standort in Prien am Chiemsee eine Canon Colorstream 3700 die bestehende Lösung erweitert. Auch in der Schweiz wurde die bereits hohe Kapazität weiter ergänzt. Es stehen nun zwei JetStream 1000, ein ColorStream 3900 und 3700 im Duplexdruck sowie ein ColorStream 3900 als Simplexsystem zur Verfügung.
› www.swisspostsolutions.de

Drescher-Gruppe XEROX IM MASCHINENPARK

Die Drescher-Gruppe erweitert ihren Maschinenpark in Offenburg durch den Erwerb einer Xerox Rialto 900 Inkjet Press sowie zwei Xerox Nuvera 288 Drucksystemen. Die Xerox Rialto markiert für Drescher den Einstieg in den Inkjet-Digitaldruck. Das Unternehmen wird das System künftig für den Druck farbi-

ger Dialogmarketing-Produkte sowie für Transaktionsdokumente einsetzen. Damit baut das Unternehmen sein Dienstleistungsangebot im Bereich Transaktionsdruck und One-to-One-Marketing weiter aus – und kann der stark gestiegenen Nachfrage nach personalisierten Druckaufträgen in kleineren Volumina entsprechen.
› www.xerox.de

Siebdruckerei Bachmann INVESTITION IN INCA ONSET X3

Nach dem Erwerb der ersten in Deutschland eingesetzten Inca Onset X3 am Fujifilm-Stand auf der drupa 2016 verzeichnet die Bachmann GmbH bereits jetzt einen Qualitäts- und Produktivitätsanstieg. »In der ersten Jahreshälfte haben wir die X3 bei Inca in Großbritannien im Betrieb erlebt«, er-



Geschäftsführer Pascal Bachmann freut sich über die Installation der Inca Onset X3.

läutert Geschäftsführer Pascal Bachmann. »Wir verwenden schon seit 2012 eine Onset S40i; von der Kombination aus Inca-Hardware einerseits und Fujifilm-Tinten sowie -Druckkopftechnologie andererseits waren wir daher absolut überzeugt. Bei der Inca Onset X3 stellten wir aber fest, dass Fujifilm und Inca sowohl die Produktivität als auch die Qualität auf ein ganz neues Niveau angehoben haben. Bei allen Neuanschaffungen geht es letztlich darum, die Flexibilität und Produktivität zu steigern, ohne dass es zu Einbußen bei der Qualität kommt. Mit der Onset X3 haben wir eine Maschine gefunden, die bei allen drei Kriterien punktet.«
› www.fujifilm.eu

Frischmann Druck & Medien SPEZIALEFFEKTE UND INLINE-PRIMING

Frischmann Druck & Medien aus Amberg hat eine HP Indigo 7900 in Betrieb genommen und sein Produktportfolio um zahlreiche neue Optionen erweitert. So bietet die Digitaldruckmaschine sieben Druckfarben und Sonderfarben wie etwa Weiß für das Bedrucken von farbigen und transparenten Materia-



»Da wir schon früher gute Erfahrungen hinsichtlich Qualität und Zuverlässigkeit mit HP Indigo gemacht haben, war für uns schnell klar, dass wir auch diesmal wieder eine Indigo-Maschine haben wollen«, sagt Jürgen Frischmann, Geschäftsführer von Frischmann Druck & Medien.

lien. Außerdem ermöglicht die Technologie erhabenen Druck oder das Erzeugen von Struktureffekten. Eine Inline-Primer-Unit erweitert zudem die Auswahl an möglichen Bedruckstoffen deutlich. Die Substrate können hierbei direkt in der Maschine mit einem zusätzlichen Haftvermittler vorbehandelt werden, wodurch die sichere Haftung der Farbe auf vielen Medien gewährleistet wird. Dabei können Materialien mit einer Grammatur von bis zu 400 g/m² bedruckt werden.
› www.hp.com

Keine Angst vor Neuem!

Neue Entwicklungen sollte man nicht verpassen. Zusammen den Überblick behalten. Fachverband Medienproduktion e.V.

f:mp.
fachverband
medienproduktion

Start Medienproduktions-/f:mp.®
Junior Medienproduktions-/f:mp.®
Geprüfter Medienproduktions-/f:mp.®
www.f-mp.de/seminare

Weiterbildung

SAZ SERVICES GMBH QUALITÄT DURCHGEHEND IM BLICK

Die SAZ Services GmbH in Garbsen baut die Inhouse-Produktion aus und setzt auf ein neues vollautomatisches Falzsystem mit Mailingkomponenten von MB Bäuerle. SAZ ist Anbieter von Branchenlösungen für Marketing und Vertrieb, Direct Marketing Services, Adressdaten, die Entwicklung und Umsetzung von Multichannel-Kampagnen, die Analyse des Verbraucherverhaltens sowie Fulfilment und vieles mehr rund um Adressdaten.

von MATTHIAS SIEGEL

Um den Marktanforderungen noch besser begegnen zu können, entschied sich SAZ in Garbsen dazu, die eigene Lettershopabteilung technisch umfassender auszustatten und durch neue Lösungen im daten-gesteuerten Druck von variablen Daten zu ergänzen. »Somit ist es uns möglich, schneller und flexibler zu reagieren, wir haben die Qualität durchgehend im Blick und zudem verringern sich die Transportwege, was sich wiederum positiv auf die Umweltbilanz und einen geringeren CO₂-Ausstoß auswirkt«, beschreibt Karsten Klemm, Manager Commercial Systems, die Ausgangslage. Deshalb kommen seit Kurzem zusätzlich zwei neue Einzelblattdrucksysteme zum Einsatz. »Die Produkte und ihre Bildsprache sind individueller geworden. Dadurch verringern sich die Auflagenhöhen bei gleichzeitig steigender Zahl unterschiedli-

cher Kampagnen«, führt Klemm weiter aus.

Im Finishing war nun ein Falzsystem gefordert, das einerseits einen hohen Automatisierungsgrad bietet und andererseits die Besonderheiten der Produkte abdeckt. Bei MB Bäuerle hat SAZ mit dem vollautomatischen Falzsystem prestigeFold Net 52 die ideale Lösung gefunden.

Mehr Wert im Lettershop

Die Falzmaschine verfügt über sechs Falztaschen im ersten und zweiten Falzwerk. »Die prestigeFold hilft uns, wenn es um den tagesgenauen Versand geht. So können wir auf den Drucksystemen parallel verschiedene Aufträge produzieren und auch zeitnah weiterverarbeiten. Durch den integrierten Jobspeicher und die vorhandenen Automatisierungslösungen ist es unproblematisch, einen größeren Auftrag zu unterbrechen und kleine Auflagen zu falzender Produkte dazwischen zu schieben,

was bei uns mehrfach am Tag der Fall sein kann«, zeigt Bernd Rump, der die Abteilung Lettershop verantwortet, die Erfahrungen mit der neuen Falzmaschine auf. Bei SAZ sind sämtliche Formate und Jobs, die immer wieder vorkommen, im internen Speicher abgelegt. In Verbindung mit der Automatisierung führt dies zu einer erheblichen Rüstzeitminimierung, da sich auf Knopfdruck alle wichtigen Elemente vom Anleger bis zur Auslage selbstständig auf die gewählte Falzart einstellen.

Ein weiteres Kriterium bei der Investition war es, spezielle Anwendungen nach entsprechenden Vorgaben herstellen zu können. Beispielsweise bei einem Anschreiben mit beiliegendem Zahlschein. Hierbei ist es erforderlich, eine Fensterfalztasche einzusetzen. Nach entsprechender Falzung im ersten und zweiten Werk erfolgt im letzteren dann noch der rotative Randbeschnitt, sodass der Überweisungs-träger frei innen liegt. »MB Bäuerle hat uns als einziger Hersteller hierfür

ein stimmiges Konzept ausgearbeitet. In Verbindung mit den Automatisierungslösungen konnten wir somit einen deutlichen Mehrwert in unserer Lettershopabteilung schaffen. Außerdem hilft das einfache Bedienkonzept der Maschine dabei, auch neues Personal, das nicht über die notwendigen buchbinderischen Kenntnisse verfügt, an der Falzmaschine einzusetzen. Dies sorgt für zusätzliche Flexibilität«, erklärt Bernd Rump.

Neben der Falzmaschine investierte SAZ außerdem noch in ein Vakuumband mit Heißbleimsystem, das im Verbund mit dem Falzsystem betrieben werden kann. »So können wir zukünftig stärker in die Selfmailerproduktion einsteigen und neue Dinge ausprobieren, um unseren Kunden zusätzliche Umsetzungen anbieten zu können«, gibt Karsten Klemm einen Ausblick in die Zukunft.

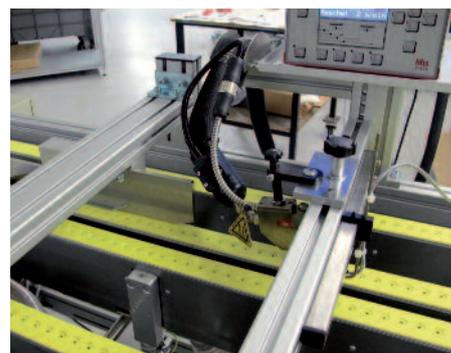
› www.mb-bauerle.de



Zwei neue Einzelblattdigitaldrucksysteme stehen nun für die tagesaktuelle Mailingproduktion zusätzlich zur Verfügung.



Vom vollautomatischen Maschinenkonzept überzeugt: Karsten Klemm, Jens Jacobsen (MB Bäuerle) und Bernd Rump (von rechts).



Das Vakuumband ist mit einem Pflugfalz sowie Heißbleimsystem ausgestattet und kann um weitere Module erweitert werden.

Wissen

WO ES LANG GEHT

Investitionsentscheidungen werden durch eine zunehmende Vielfalt an unterschiedlichen Lösungen nicht einfacher. Wer kennt noch die Unterschiede und wer hat noch die Zeit, die Fakten im Detail zu vergleichen? Das lässt viele Entscheider alles andere als ruhig schlafen.

Abhilfe schafft das Printmediamagazin ›Druckmarkt‹, das mit seinen Analysen und Übersichten Maßstäbe gesetzt hat. Seit über 15 Jahren erscheinen das Magazin und die Nachschlagewerke ›Investitionskompass‹ und ›Druckmarkt COLLECTION‹. Wir analysieren die aktuelle Situation der Branche anhand von Fakten, Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, Manager und Macher zu Wort kommen, informieren und kommentieren, damit Sie wissen, wo es lang geht.



Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

Druckmarkt • Abo-Service
Ahornweg 20 • D-56814 Fankel/Mosel
Tel. (+49) 0 26 71 - 38 36

www.druckmarkt.com

STITCHLINER MARK III EVOLUTION IM SAMMELHEFTEN

Besucher des ersten Horizon Finishing-First-Events im November 2016 in Quickborn erlebten die Weltpremiere des StitchLiner Mark III, dem neuen Hochleistungssystem für die Produktion rückstichgehefteter Broschüren. Mit einem im Markt bislang unerreichten Automationsgrad und dem neuen A4-Landscape-Format überzeugte die Lösung das Fachpublikum – und auch gleich den ersten Käufer.

Text und Bild: Horizon

Mit dem StichLiner Mark III, der eigentlich schon zur drupa 2016 vorgestellt werden sollte, markiert Horizon nunmehr die technologische Spitze bei der industriellen Produktion rückstichgehefteter Broschüren. Die dritte Evolutionsstufe der StitchLiner-Serie ermöglicht in Verbindung mit dem Touch&Work-Bedienkonzept die vollautomatische Umsetzung aller Einstellungen für jeden Broschürenumfang. Neben zusätzlichen Funktionalitäten wie der Produktion von Landscape-Broschüren (A4 quer) bietet der neue StitchLiner höchste Produktqualität und Stabilität im Mehrschichtbetrieb.

»Der StitchLiner Mark III ist das Ergebnis einer grundlegenden Weiterentwicklung mit dem Fokus auf Automation, einfacher Bedienung und Stabilität im Dauerbetrieb«, sagt Rainer Börgerding, Geschäftsführer der Horizon GmbH. »In intensiven Gesprächen haben uns die Besucher bestätigt, dass wir damit die richtige Strategie verfolgen und ein echtes Marktbedürfnis adressieren.«

Maßstab für Automation

Der StitchLiner Mark III ermöglicht die vollkommen automatische Einstellung auf Format und Broschürenstärke beim Rillen, Falzen, Heften und Schneiden, sodass die Rüstzeiten um bis zu 30% verkürzt werden können.



Der weltweit erste StitchLiner Mark III geht zur Druckerei Nötzold nach Franken. Von links: Rainer Börgerding, Geschäftsführer Horizon, Peter Hantschel, Inhaber Druckerei Nötzold, Yoshihiro Oe, Europa-Verantwortlicher bei Horizon International und Roland Stoeber, Gebietsleiter Nordbayern.

Als Vorteil in der Praxis nennt Horizon die Möglichkeit, sämtliche Parameter des Systems auch während der laufenden Produktion feinjustieren zu können. Präzision im Papiertransport gewährleiste darüber hinaus reibungslose Verarbeitung auch bei anspruchsvollen Papieren und Formaten bis zum A4-Querformat. Zudem bietet der StitchLiner Mark III folgende technischen Merkmale:

- Servogesteuerte Motoren bringen den Kettenantrieb auf bis zu 6.000 Takte/h, beim Landscape-Format bis zu 5.300 Takte.
- Falzt bis zu 2 mm Bogenmaterial in einem Durchgang mit hoher Genauigkeit.
- Neue Rillung und Pflugfalz sorgen für ein ausgezeichnetes Layflat-Verhalten der Broschüren.

- Durch die automatische Anpassung von Klammerlänge und Schenkelsymmetrie an die Broschürenstärke ergeben sich perfekte Heftergebnisse.
- Der Dreiseitenschneider für industrielle Ansprüche bietet hohe Schneidqualität und Lebensdauer der Messer.
- Die maximale Broschürenstärke beträgt im Endbeschnitt 10 mm.
- Qualitätskontrollen zwischen den Produktionsschritten und optionale Stärkenmessung nach dem Beschnitt sorgen für höchste Produktionssicherheit.

Erster StitchLiner Mark III geht nach Oberfranken

Der weltweit erste verkaufte StitchLiner Mark III geht nach Oberfranken zur Druckerei Nötzold in Neustadt bei Coburg. Seit mehr als 50 Jahren bietet das Unternehmen seinen Kunden handwerkliche Qualität in Verbindung mit modernster Technik. »Unser Ziel war es, bei der Produktion rückstichgehefteter Broschüren

schneller und effizienter zu werden«, sagt Peter Hantschel, Inhaber der Druckerei Nötzold. »Entscheidendes Argument für den Horizon StitchLiner Mark III ist aus unserer Sicht neben dem Landscape-Format vor allem der hohe Automationsgrad und die solide Maschinenbauqualität des Systems.«

Von Horizon nutzt die Druckerei Nötzold bereits eine Broschürenproduktionsstraße mit SPF-200L, eine Falzmaschine AF-406A mit zweitem Falzwerk T-406A und den Klebebinder BQ-270. Weiteres wichtiges Kriterium ist laut Peter Hantschel auch das Touch&Work Konzept mit Bedienung per Touchscreen: »Da Horizon auf ein einheitlich gestaltetes Bedienkonzept setzt, können wir unsere Erfahrungen mit Horizon Falzmaschinen und Klebebindern direkt auf den StitchLiner Mark III übertragen. Das verkürzt Einarbeitungszeiten auf ein Minimum und reduziert den Schulungsaufwand.«

› www.horizon.de

DRUCKEREI MÜNCH SPEZIALIST FÜR POST- UND GLÜCK- WUNSCHKARTEN

Es gibt sie nach wie vor in allen Landesteilen – die heimlichen Champions unter den Druckbetrieben. Und oft arbeiten sie hoch spezialisiert im Hintergrund. Ihre Namen sind selbst in der Branche kaum bekannt. Und trotzdem entstehen bei ihnen Produkte, mit denen jeder von uns immer wieder in Berührung kommt. Die Druckerei Münch in Bayreuth gehört zu diesen Betrieben.

Text und Bilder: KBA

Seit mehr als 60 Jahren produziert der Familienbetrieb mit heute 42 Mitarbeitern Post- und Glückwunschkarten. Viele deutsche Verlage lassen hier produzieren. Deren Name steht auf den Karten, der Name des Druckbetriebs bleibt unbekannt.

Fast von Beginn an arbeitet die Druckerei Münch nach dem Sammelbogen-Prinzip. Das macht die Fertigung besonders preisgünstig. Das Produktionsspektrum hat sich dennoch in den vergangenen Jahren verändert. Aufgrund des Booms sozialer Medien ist der Anteil an Postkarten zurückgegangen. Der Markt für Glückwunsch- und Grußkarten entwickelt sich dagegen positiv. Ihre Gestaltung kann nicht aufwendig genug sein. Wertvolle Bedruckstoffe, hochwertige Lackierungen, haptische Effekte und handkonfektionierte Details machen sie häufig zu eigenständigen Geschenken.

Diese Veränderungen am Markt haben auch Konsequenzen im Drucksaal. Eine spezielle 3b-Bogenoffsetmaschine mit Wendung nach dem ersten Werk für die Postkartenproduktion ist nicht mehr erforderlich. Dafür bietet der halbformatige Druck genügend Kapazität. Stattdessen beschaffte Betriebsleiter Uwe Böhner Anfang des Jahres eine Fünffarben-Rapida 105 mit Lackturm und Auslageverlängerung. Sie ist so ausgestattet, wie es für die Produktion von

Karten in Auflagen zwischen 1.000 und 5.000 Exemplaren erforderlich ist: Plattenwechselautomaten und Wascheinrichtungen, ein Lackwerk für Dispersionslackierungen, Übernahme von Vorstufendaten zur Maschinenvoreinstellung etc. Mit der neuen Maschine haben sich die Rüstzeiten im Vergleich zur Vorgängermaschine aus dem Jahr 2005 halbiert und es fällt deutlich weniger Makulatur an. Da oft höherwertige Bedruckstoffe verarbeitet werden, führt dies zu einer spürbaren Kostensenkung.

»Viele Features der High-End-Rapida haben wir nicht gebraucht«, erläutert Uwe Böhner die Investitionsentscheidung. Heute ist er sich sicher: »Wir haben alles richtig gemacht. Die Maschine brummt ohne Ende, läuft unaufgeregt jeden Tag zuverlässig und störungsfrei.« Die VariDry-Blue-Trocknung bringt im energieintensiven Trocknungsprozess weitere Einsparungen.



Uwe Böhner, Betriebsleiter der Druckerei Münch, zeigt einen typischen Sammelbogen mit Postkarten. Seit Anfang des Jahres produziert bei der Druckerei Münch eine neue Fünffarben-Rapida 105 mit Lackausstattung.

Aufwendige Weiterverarbeitung

Mit der Tagesproduktion der Rapida 105 ist die Weiterverarbeitung im Schnitt drei Tage ausgelastet. Hier stellt eine Offline-Lackiermaschine feine UV-Lackierungen und haptische Effekte mit hohen Schichtdicken her. Auf sechs Tiegeln kann parallel gestanzt, genetet und geprägt werden. Bei rund 50% der Produkte erfolgen einzelne Konfektionierungsschritte per Hand. Für die Verpackung der Karten in Folie hat sich der Druckbetrieb Spezialmaschinen anfertigen lassen. Für Kleinauflagen sowie zur Produktion von Mustern verfügt die Druckerei Münch über moderne Digitaldruckanlagen.

Gut gefüllt ist das Lager. Standard-Papiere, die von der Grammatik her auf die Gewichte beim Postversand abgestimmt sind sowie Briefumschläge in unterschiedlichen Formaten und Farben sind vorrätig. Rund drei Mio. Umschläge lassen sich

ständig abrufen. Vom Fertigwarenlager kann der Druckbetrieb seine Verlagskunden »on demand« beliefern. 200.000 bis 250.000 Karten gehen täglich in den Versand.

Mit einem Vorlauf von sechs Monaten vor den entsprechenden Feiertagen läuft die Produktion der passenden Glückwunschkarten. Im Sommer läuft also das Weihnachts- und Jahreswechselgeschäft an.

Seit der Ablösung des Buchdrucks durch den Offsetdruck produziert die Druckerei Münch im Mittelformat ausschließlich mit Technik von KBA. Dabei investierte das Unternehmen regelmäßig. Auf eine SR III im Fünfcylinderprinzip folgten drei Rapida 104 in unterschiedlichen Konfigurationen sowie drei Rapida 105. Die Aktuellste basiert auf der Technik der Rapida 106.

➤ www.kba.com

➤ www.druckereimuench.de



GALLUS NEUE MASCHINENPLATTFORM

Sieben Jahre nach Markteinführung der Gallus ECS 340, dem derzeit erfolgreichsten konventionellen Etikettendrucksystem seiner Klasse, hat Gallus während der Innovation Days im September 2016 in St.Gallen eine neue Maschinengeneration vorgestellt. Mehr als 850 Besucher erlebten während der dreitägigen Veranstaltung die Premiere der Gallus Labelmaster.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bei der Gallus Labelmaster handelt es sich um eine Druckmaschinenplattform, die für den Etiketten- und Verpackungsmarkt konzipiert ist. Die Maschine bietet eine spezielle Plattform-Bauweise und ist je nach individuellen Anforderungen konfigurierbar. In Verbindung mit dem Know-how der Heidelberger Druckmaschinen AG in der Entwicklung von Offsetmaschinen bietet die Maschinenbaureihe nach Angaben des Herstellers hohe Investitionssicherheit und die Möglichkeit, flexibel auf zukünftige Marktveränderungen zu reagieren.

Die neue Gallus Labelmaster baut auf dem bewährten Konstruktionsprinzip der Heidelberg Speedmaster auf. »Gallus und Heidelberg haben zahlreiche Synergien bei der Entwicklung der neuen Plattformtechnologie für den Etikettenmarkt genutzt. Modulbauweise und Komplexitätsreduzierung kommen unseren Kunden in beiden Segmenten, also im Offsetdruck und im Etikettenmarkt, entgegen und steigern die Wettbewerbsfähigkeit«, sagt Stephan Plenz, Vorstand Heidelberg Equipment. Die Gallus Labelmaster ergänzt damit das ebenfalls in Zusammenarbeit mit Heidelberg entwickelte Angebot für den digitalen Etikettendruck rund um die Gallus Labelfire 340 um eine Lösung für hochqualitative Anwendungen im Verpackungs- und Labelbereich.



Die neue Gallus Labelmaster zeichnet sich durch eine spezielle Plattform-Bauweise aus und wird vom Kunden je nach seinen individuellen Anforderungen konfigurierbar sein.

Gallus bringt die ersten Serienmaschinen mit einer Bahnbreite von 440 mm auf den Markt, weitere Bahnbreiten werden mit der Weiterentwicklung dieses Maschinensystems folgen. Die erste Maschine wird derzeit von einem Gallus-Kunden getestet.

Die Labelmaster ist in Modulen aufgebaut, die je zwei Druckeinheiten besitzen. Diese Module sind in drei unterschiedlichen Varianten erhältlich, wobei die Grundvariante bereits alle erforderlichen Standards des Etikettendrucks abdeckt. Die Plus-Version ermöglicht eine höhere Flexibilität und die Advanced-Version ist im Automatisierungsgrad für alle Bedürfnisse konfigurierbar.

Neu ist unter anderem ein Arretierungssystem, das den Wechsel der Druckwerke einfach und präzise gestaltet. Die Druckwerke werden auf der Basiseinheit positioniert und arretiert, um die Registerhaltigkeit mit dem Start der Maschine zu gewährleisten, egal welches Substrat (Papier, PE, PP, Folie) verarbeitet wird. Zudem wurde besonderes Augenmerk auf die Bedienbarkeit der Gallus Labelmaster gelegt. Zusammen-

gefasst unter dem Begriff Best-Spot-Interaction verstehen die Gallus-Ingenieure eine einfache und schnelle Bedienbarkeit der Druckmaschine. Mit einem HMI-Touchpanels lässt sich die Maschine zentral steuern, manuelle Eingriffe gehen einfach vonstatten und ermöglichen kurze Rüstzeiten. Mit nur wenigen Handgriffen lassen sich die speziell für diesen Maschinentyp entwickelten Aluminium-Druckzylinder wechseln.

Die schnellste Gallus-Maschine

»Bei der derzeitigen Druckgeschwindigkeit von 200 m/Min. und einer Bahnbreite von 440 mm ist die Gallus Labelmaster die schnellste Etikettendruckmaschine, die Gallus je gebaut hat«, erklärte Klaus Bachstein, CEO der Gallus Gruppe. »Erste Bestellungen liegen schon vor und wir werden im zweiten Quartal 2017 liefern.«

Neben der hohen Druckgeschwindigkeit bietet die Maschine laut Gallus eine hervorragende Wirtschaftlichkeit. Der kurze Bahnlauf von 1,1 m von Druckwerk zu Druckwerk verringert die Makulaturrate. Ein optimier-

ter Farbkasten für die Kammerrakel benötigt nur 250 g Farbe und halbiert auch diese Kosten gering, zumal der Farbkasten hinsichtlich Ink Spitting und Schaumbildung verbessert wurde. Das neue Flexodruckwerk wird direkt angetrieben und bietet Premiumqualität von Anfang an. Neben der Ausstattung mit Flexodruckwerken ist auch ein neu entwickeltes Siebdruckwerk verfügbar, das die Möglichkeit der High-End-Veredelung bietet.

Erwähnenswert ist auch die Registerhaltigkeit der Gallus Labelmaster. Ob sich die Maschine im langsamen Einrichtzustand befindet oder auf Endgeschwindigkeit beschleunigt wird, bleibt das Druckbild ohne die geringste Nachkorrektur im Register. Mit der Entwicklung dieser Maschine ist es Gallus gelungen, dem Markt eine flexible Druckmaschine für den Etiketten- und Verpackungsdruck anzubieten.

› www.gallus-group.com

Uns entgeht nichts!

Alle wichtigen Nachrichten, die wir nicht oder erst später in unseren gedruckten Ausgaben veröffentlichen können, stellen wir übersichtlich in unseren »Druckmarkt impressions« zusammen und veröffentlichen sie im Internet – als vollwertige Magazine im PDF-Format.

Also: schnell **kostenlos** runterladen!

www.druckmarkt.com

SÜDKURIER MIT CONTENT-X Der »Südkurier« hatte sich 2015 für Content-X von ppi Media und Digital Collections entschieden. Mittlerweile werden alle Ausgaben der



Der Südkurier in Konstanz.

Tageszeitung mit dem Redaktionssystem produziert und sämtliche redaktionellen Inhalte in einem einzigen System verwaltet. In Content-X eingespeiste Texte, Fotos, Grafiken und Artikel lassen sich medienneutral speichern. So stehen sie für alle Kanäle und Publikationen des Medienhauses bereit und können dauerhaft archiviert werden. > www.ppimedia.de

DIGITALDRUCK KALKULIEREN Da der Digitaldruck für viele Druckereien zu einem Standbein geworden ist, wird die Kombination von Zeitwertkalkulation und Klickkosten immer wichtiger. Mit Printplus Druck.X sind Anwender der Software von Printplus nunmehr in der Lage, den gesamten Prozess vom Angebot über die Nachkalkulation bis zur Rechnung zu organisieren. So lassen sich die Besonderheiten im Digitaldruck sicher berechnen. > www.printplus.ch

CONTENT AUTOMATION Unternehmen stellen immer mehr Web- und mobilen Content bereit. Traditionelle Lösungen für Content-Erstellung und -Management werden diesem Anspruch nicht gerecht. Jetzt hat Quark Software eine neue Version seiner Content Automation Plattform vorgestellt, mit denen eine integrierte Unternehmenslösung zum Erstellen, Verwalten, Publizieren und Bereitstellen von Omnichannel-Inhalten bereitgestellt wird. Die Content Automation Plattform wurde für die Verarbeitung von Omnichannel-Inhalten entwickelt, die häufig aktualisiert und über unterschiedliche Kanäle und Geräte für unterschiedliche Zielgruppen bereitgestellt werden müssen. > www.quark.com

ZUWACHS Repro-Flex in Witten hat ein zweites Kodak Flexcel NX System zur Herstellung von Platten für den hochauflösenden Flexodruck in Betrieb genommen. Das 1981 gegründete Unternehmen mit 40 Beschäftigten beliefert als Druckvorstufendienstleister Verpackungsdruckereien mit Flexodruckformen. Einem vorhandenen Flexcel NX Mid System stellte Repro-Flex ein Kodak Flexcel NX Wide System zur Seite, das die Herstellung von Flexodruckplatten mit einer Größe von 1.067 x 1.524 mm erlaubt. > www.kodak.com

FARBIBLIOTHEKEN ERWEITERT X-Rite und Pantone haben die cloudbasierte Lösung PantoneLive für die digitale Farbkommunikation um sechs neue Farbbibliotheken für den Tiefdruck erweitert und PantoneLive Visualizer eingeführt. Mit PantoneLive Visualizer können Grafikdesigner, Markenartikler und Druckdienstleister Farben bei mehreren Substraten und Druckverfahren besser vergleichen, evaluieren und visualisieren. > www.pantone.com > www.xrite.com

OneVision

AUSSCHIESSEN LEICHT GEMACHT

OneVision hat zwei Lösungen zum zeitsparenden Ausschießen von PDF-Dateien entwickelt. Die Software-Programme PlugAutoImposein und Speedflow Imposein sind für den Digital- und Offsetdruck von Rolle und Bogen geeignet und bieten laut Hersteller eine hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit auch bei sehr großen Volumina. Die einfache Konfiguration von Bogen sowie das Erstellen von Ausschießvorlagen und Templates sind weitere Möglichkeiten. Über den Automationsgrad von PlugAutoImposein lassen sich manuelle Eingriffe reduzieren, typische Fehler vermeiden und wertvolle Zeit und Kosten sparen. Durch die Anbindung von PlugAutoImposein an die »Datenwaschmaschine« Asura und die Workflow-Management-Software Workspace werden die PDFs automatisch verarbeitet und optimiert. Hierbei lassen sich die Jobticketfunktionen nutzen. Das Seitenformat einer Ausschießvorlage für PlugAutoImposein ist variabel und kann das Seitenformat eines zu verarbeitenden PDF-Dokuments automatisch übernehmen.

> www.onevision.de

FlexiPDF 2017

BEARBEITEN VON PDF-DATEIEN

PDF-Dateien sind das perfekte Austauschformat für Dokumente, die auf allen Computern angezeigt werden und gleich aussehen. Allerdings lassen sie sich nur im Originaldokument ändern. Dies versuchen diverse PDF-Editoren zu umgehen, indem sie Editierfunktionen anbieten. FlexiPDF 2017 soll über



Auf dem Agfa-Belichter Avalon N8-80 wurden über eine Million Druckplatten belichtet. Das ist bisheriger Rekord im Hause Agfa. Von links: Fabian Hablewitz, CtP-Teamkoordinator und Thomas Emmer, Teamleiter Drucksteuerung CtP (beide Onlineprinters), Heinz Rintermann, Key Account Manager bei Agfa Graphics.

diese Basisfunktionen hinausgehen. Der PDF-Editor von SoftMaker lässt nahezu beliebige Aspekte von PDF-Dateien ändern. So können Grafiken und Zeichnungen eingefügt, gelöscht, verschoben, beschnitten oder als Wasserzeichen hinter Seiten gelegt werden. Für besonders kompakte PDFs rechnet FlexiPDF die Grafiken auf eine niedrigere Auflösung herunter.

Die Bearbeitung von Text ist nach Herstellerangaben ähnlich komfortabel wie in einer Textverarbeitung. Texte können absatz-, spalten- und seitenübergreifend geändert, hinzugefügt, gelöscht und formatiert werden. Eine integrierte Änderungsverfolgung (»Track Changes«) hebt Textänderungen farbig hervor, damit sie leicht nachvollzogen werden können.

> www.flexipdf.de

Plattenbelichtungs-Rekord AGFA-BELICHTER KNACHT DIE MILLION

Die Onlineprinters GmbH hat einen technischen Rekord erzielt: Einer ihrer Plattenbelichter des Typs Avalon N8-80 von Agfa hat in nur fünf Jahren über eine Million Druckplatten belichtet. »Kein anderer Agfa-Belichter wurde bisher so gefordert! Eine tolle Leistung, die so sicher nur im Onlinedruckmarkt

möglich ist«, freut sich Heinz Rintermann, Key Account Manager bei Agfa Graphics. Bei der Onlinedruckerei gehen pro Tag mehrere Tausend Druckaufträge ein, die in Sammelformen kombiniert werden. Allein im Jahr 2015 wurden so 2,1 Mrd. Drucksachen produziert, die überwiegende Anzahl im Offsetdruck. Der Sammeldruck ermöglicht dabei eine besonders effiziente Herstellung von Drucksachen und führt zu günstigen Preisen.

> www.agfagraphics.com

> www.onlineprinters.de

SoftMaker

INFINITYTYPE 4 MIT 7.444 SCHRIFTEN

Abwechslung tut gut, besonders bei der Gestaltung von Drucksachen und Websites.

Designer benötigen eine große Auswahl an Schriftarten, um für jeden Zweck genau die passende Schrift zu finden. Zwar sind im Internet kostenlose Fonts in großer Zahl zu finden, bei denen aber oft wichtige Sonderzeichen fehlen oder es an der Qualität mangelt. Bei professionellen Schriften passiert das natürlich nicht, allerdings kosten hier einzelne Schriftfamilien leicht einige Hundert Euro.

Die Schriftenbibliothek infinityType 4 macht Schluss damit, enthält 7.444 Schriften für Macintosh, Windows und Linux – alle in Premium-Qualität. Viele Schriften besitzen erweiterte OpenType-Layouttabellen für perfekten Satz in Illustrator, InDesign und Photoshop. Die komplette infinityType-Schriftenbibliothek ist auch inklusive Webfonts verfügbar. Im Gegensatz zu anderen Anbietern erlaubt SoftMaker den Anwender das Selfhosting der Webfonts und bietet alle Webfonts ohne Begrenzung der Pageviews an. Das Motto: einmal kaufen, unbegrenzt einsetzen. Die Einzellizenz der infinityType 4 für einen Arbeitsplatz kostet 299 Euro, eine Firmenlizenz für bis zu 25 Arbeitsplätze 399 Euro. Eine kombinierte Firmen- und Webfont-Lizenz ist für 499 Euro erhältlich.

› www.infinitytype.de

› www.softmaker.de

RINGIER PRINT: UMWELTFREUNDLICHERE PLATTEN IM EINSATZ

Kodak hat vor einigen Monaten die violett empfindliche Libra VP Platte für den Zeitungs- und Semicommercial-Druck auf den Markt gebracht und ersetzt damit die VioletNews Gold. Ringier Print hat seine Produktion jetzt auf diese neue Platten umgestellt.

Statt mit herkömmlichem Plattenentwickler und Regenerat erfolgt die Verarbeitung der Libra VP umweltfreundlicher mit einer Auswaschlösung mit niedrigem pH-Wert. Dabei kann zwischen einem reinen Einbad-Entschichtungsprozess oder einer vereinfachten konventionellen Verarbeitung mit einem Spül- und Gummierschritt gewählt werden.

Bei der Ringier Print AG in Adligenswil bei Luzern wird die Libra VP seit Ende Mai 2016 als Nachfolgerin der VioletNews Gold Platte eingesetzt. Die Zeitungsdruckerei mit 180 Beschäftigten druckt bis zu 3 Mio. Zeitungsexemplare pro Tag. 40 verschiedene Zeitungsobjekte stehen auf dem Produktionsprogramm, darunter verlagseigene Tageszeitungen wie »Blick« (Auflage 180.000) und der mit 200.000 Exemplaren erscheinende »SonntagsBlick«, weitere Zeitungstitel sowie wöchentliche Werbezeitungen großer Einzelhandelsketten. Für die Druckproduktion stehen eine 2009 in Betrieb genommene Wifag Evolution 371 mit acht Drucktürmen und drei Falzausgängen und eine 19 Jahre alte Wifag OF 370 mit zwei Falzausgängen zur Verfügung. Letztere ist Eigentum der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ). Auf dieser Rotation druckt Ringier Print im Auftrag der NZZ Produkte

wie die »Neue Luzerner Zeitung« (Auflage 100.000) und deren Sonntagsausgabe (Auflage ca. 90.000).

Für die Belichtung der rund 2.000 Einzelplatten, die täglich benötigt werden, sind drei Violetplattenbelichter mit Verarbeitungsanlagen im Einsatz. Aufgrund geringfügig abweichender Plattenformate der beiden Wifag-Rotationen läuft über eine der Anlagen die Druckformherstellung für die NZZ-Rotation. Auf dieser CtP-Linie kommt die negativ arbeitende Kodak Libra VP zum Einsatz.



Walter Furrer, Leiter Digital Service bei Ringier Print in Adligenswil.



Zur Kontrolle wird täglich eine mit Kontrollelementen belichtete und verarbeitete Libra VP Platte vermessen.

»Der Wechsel von der VioletNews Gold Platte zur Libra VP verlief reibungslos«, sagt Walter Furrer, Leiter Digital Service. Bei der Libra VP handelt es sich um eine relativ hoch auflösende Platte, die sich für die Belichtung mit AM-Rasterweiten bis 60/cm und Hybridrastern bis 70/cm eignet. Für die Plattenherstellung wendet die Druckerei die vereinfachte konventionelle Methode ohne Vorspülschritt an. »Wir haben im Prozessor den Vorspülgang deaktiviert und führen die Platten direkt in die Auswaschlösung. Anschließend wird gespült und gummiert«, erklärt Furrer. Die Platte erreicht eine nominale Auflagenleistung von 350.000 Drucken. »Wir haben mit der neuen Kodak Platte auf unserer OF 370 bisher Auflagen mit maximal 200.000 Exemplare gedruckt. Bei der Verarbeitung benötigen wir weniger Wasser und bedingt durch die hohe Ergiebigkeit der Libra Auswaschlösung weniger Chemie«, berichtet Walter Furrer: »Die Libra VP erweist sich als stabile Platte. Das zeigen unsere Mess-Ergebnisse – wir belichten täglich vor der Produktion eine Testplatte und messen diese durch.«

Gogol Publishing

OPEN HOUSE DAY 2016

Zum 6. Open House Day von Gogol Publishing trafen sich über 50 Gäste aus Lokalzeitungs- und Anzeigenblattverlagen zum Austausch und zur Inspiration. Unter dem Motto »Managen Sie Ihre wertvollste Ressource: Ihre Autoren« bot die Veranstaltung ein Programm mit Vorträgen von Anwendern der Gogol Publishing Cloud und Branchenexperten.

Die Themen der Vorträge reichten von einer schlanken, kostengünstigen Print-beziehungswise Multikanal-Produktion über die Einführung reichweitenstarker, moderner Onlineportale bis hin zur Integration von freien Mitarbeitern, Vereinen und Bürgerreportern in ihre Produktionsprozesse. Auch die Einführung von Autorencockpits, einem Analysetool, das Autoren hilft, sich zu verbessern, war Bestandteil des diesjährigen Open House.

Ein besonderes Augenmerk lag auf dem neuen Autorenmanagement-Modul, dem Gogol Author-Relationship-Management (Gogol-ARM). »Im Verkauf ist es schon seit Jahren gängige Praxis, über ein Customer-Relationship-Management die Kundenbeziehungsprozesse systematisch zu gestalten. Das Gogol-ARM macht das Gleiche mit einer der wertvollsten Ressourcen der Verlage: ihren Autoren«, so Dr. Martin Huber, Geschäftsführer von Gogol Publishing.

› www.gogol-publishing.de

GROSSFORMATIGE FLEXOPLATTEN Druckformen für den Etiketten- und Verpackungsdruck, die höchsten qualitativen Ansprüchen genügen, sind das Metier der Carl Ostermann Erben GmbH (COE). Das Traditionsunternehmen produziert Flexoplatten, Sleeves sowie Rundsiebe für den rotativen Siebdruck und engagiert sich seit einiger Zeit auch in der Datenaufbereitung für den digitalen Etikettendruck. Vor Kurzem nahm COE ein Kodak Flexcel NX Mid System in Betrieb, mit dem sich Flexoplatten in Formaten bis maximal 800 x 1.067 mm fertigen lassen. › graphics.kodak.de

DIGITALER PDF-VERGLEICH Die Software d'accord von CSci prüft Druckdaten digital gegen die Kundenvorlage ab. Zu den Neuerungen des Release 3.0 zählt eine komplett überarbeitete Oberfläche mit effektiverer Bedienung. Mit d'accord können druckfertige PDFs gegen die ursprünglichen Kundenvorlagen sogar noch nach dem Ausschließen und RIPpen verglichen werden. d'accord zeigt durch einen digitalen Bildvergleich alle visuellen Unterschiede an. Die Unterschiede können am Bildschirm oder anhand eines PDF-Berichts begutachtet werden. › www.csci.de

PARTNERSCHAFT VERSTÄRKT Seit mehreren Jahren besteht eine enge Integration zwischen den Anzeigenlösungen von ppi Media und der Branchenlösung VI&VA des Gutenberg Rechenzentrum (GRZ). Ab Januar unterstützen sich beide Parteien sowohl im Vertrieb als auch in der Produktentwicklung noch intensiver. ppi Media ergänzt damit die Partnerschaft des GRZ mit Lufthansa Industry Solutions. › www.ppimedia.de › www.gutenberg-rz.de

EASY CATALOG CC 2017 Zeitgleich mit der Vorstellung der neuen Adobe-Version von InDesign CC 2017, veröffentlichte 65bit eine kompatible Version von EasyCatalog CC 2017. Diese ist jetzt bei Impressed erhältlich. EasyCatalog CC 2017 bringt eine Reihe neuer Funktionen wie Datenquellen-Anbindungen für die Digital-Asset-Produkte von ADAM, Elvis sowie Salsify. Des Weiteren werden ab sofort auch Google Docs Spreadsheets in der Cloud unterstützt. Dadurch eröffnen sich interessante Möglichkeiten bei der Erstellung von Katalogen. › www.impressed.de

HEILBRONNER STIMME STELLT UM Die Tageszeitung »Heilbronner Stimme« stellt ihr Portal meine.stimme.de um. Bisher war das Portal nur für Vereine und Verbände, Schulen, Parteien und Kommunen gedacht. Mit dem System von Gogol Publishing können sich nun auch die Bürger der Region im Portal anmelden, Beiträge verfassen und Bilder hochladen. Bislang haben sich 1.400 Vereine und Organisationen auf dem Mitmachportal registriert. Berichte, die von den Vereinen auf meine.stimme.de veröffentlicht werden, können durch die Redakteure mit einem Klick ins Redaktionssystem alfa importiert und von dort weiter bearbeitet werden. Diese Beiträge erscheinen dann in der Tageszeitung auf den Vereinsseiten. › www.gogol-publishing.de

KODAK UNITED WORKFLOW OHNE JEDLICHE ALTERNATIVE: AUTOMATISIERUNG

Es ist eine Binsenweisheit: Der Prepress-Workflow schafft die Basis für eine rationelle Produktion hoher Qualität. Dabei steht ein integrierter Workflow im Datendialog mit vor- und nachgelagerten Planungs-Systemen, Webportalen sowie Maschinen auf Produktionsebene.

Dieses Zusammenspiel der Arbeitsabläufe kennen Anwender der Kodak Unified Workflow Solutions (UWS) aus der eigenen Praxis. Bei Veranstaltungen von Kodak Mitte Oktober in München und Kassel erfuhren die Teilnehmer jedoch mehr über den generellen Nutzen der Automatisierung, die Perspektiven der kommenden Prinergy Cloud Services und Praxisfälle der regelbasierten Automatisierung (RBA).



Warum die Automatisierung von Vorstufen-Prozessen heute notwendiger denn je ist, erläuterte **Katja Pöttsch**, Regional Business Manager UWS bei Kodak.

Demnach begünstigen veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Branche, sinkende Auflagen sowie gestiegene Lohnkosten und einige Veränderungen mehr die Automatisierung. Sinnvoll eingesetzte Automatismen reduzieren oder eliminieren manuelle Eingriffe, vermeiden bei wiederkehrenden Aufgaben Fehler, beschleunigen Abläufe, vereinfachen deren Überwachung und senken Kosten. Mit der ereignisgesteuerten regelbasierten Automatisierung bietet Kodak dafür eine flexible und leistungsfähige Lösung.

Kleine Helfer, große Wirkung



Wie? Das erläuterte **Stephen Lavey**, Leiter IT-Management bei Walter Digital in Korntal bei Stuttgart, der sich als RBA-Fan offenbarte und anhand eines komplexen Kundenprojektes mit Personalisierung für den Digitaldruck aufzeigte, wie Automatisierung via RBA vorangetrieben werden kann.

Für ein Versandhaus, das seine Kunden profiliert hat, produziert Walter Digital an sechs Tagen je Woche jeweils 10.000 Broschüren mit vorgedrucktem Inhalt und individualisiertem Umschlag als Sendungsbeilagen. Die Herausforderung besteht in 10.000 PDFs mit

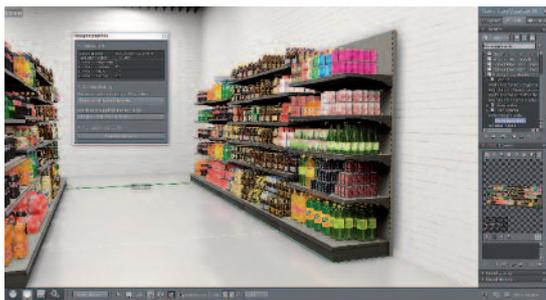
je vier personalisierten Umschlagseiten und einer zugeordneten XML-Datei mit Instruktionen, die der Kunde morgens um 2:00 Uhr bereitstellt und die in der richtigen Reihenfolge gedruckt um 7:00 Uhr am Fließband des Versenders verfügbar sein müssen.

Durch eine ausgeklügelte RBA-Regel mit zahlreichen Prozessschritten, Auslösern und Prüfroutinen erarbeitete Lavey eine Lösung, bei der Prinergy den gesamten Prozess von der Übernahme der PDFs bis zur Übergabe der ausgeschossenen Signaturen mit je zwei Umschlägen an die Digitaldruckmaschine vollautomatisch ausführt. Das Beispiel veranschaulicht zugleich, wie passgenau Workflow-Prozesse mithilfe von RBA-Regeln auf spezifische Auftrags- und Kundenerfordernisse zugeschnitten und vollautomatisch ausgeführt werden können.

Weiterentwicklungen

Inzwischen hat Kodak bedeutende Weiterentwicklungen beim Unified Workflow bekannt gegeben, das auch den neuen Prinergy Workflow 8 umfasst. Mit integriertem Offset- und Digitaldruck-Workflow, erweiterten Proofmöglichkeiten und verbesserter Automatisierung können die Materialkosten laut Kodak weiter gesenkt werden, Produktivität und Qualität gesteigert und digitale Produktionstechnik effizient genutzt werden. Mit dem Prinergy Workflow 8 bietet Kodak einen durchgängigen Workflow für den Offset- und den Digitaldruck, mit dem sich die Durchlaufzeiten optimieren lassen. Außerdem verfügt Prinergy 8 über einen universellen Digital Job Ticket Editor und ermöglicht auf Basis von Echtzeit-Informationen der Druckmaschine Produktionsentscheidungen zu treffen. Integriert in den Workflow sind Maschinen von Ricoh, Konica Minolta, Landa und Komori.

› graphics.kodak.de



NEUE VERSION VON STUDIO

Esko hat seine Software Studio 16 von Grund auf überarbeitet. Mit der neuen Version von Studio 16 lassen sich realistische Visualisierungen erstellen mit der Möglichkeit, tatsächlich auftretende Bodenschatten und Lichteinfallwinkel zu ergänzen und anzupassen. Das Layout für Präsentationen, Marketingkampagnen und e-Commerce wird mit Hilfe der Druckproduktionsdaten erstellt, sodass es nicht mehr erforderlich ist, das Verpackungslayout in einer anderen Software zu erstellen. > www.esko.com

Esko WebCenter 16

VERPACKUNGS-MANAGEMENT

WebCenter 16, die Lösung für das Verpackungsmanagement von Esko, ist ein Online-Portal für die Erstellung, Verwaltung und Freigabe von Verpackungen und Objekten, dessen Produktivität verbessert wurde. WebCenter 16 stieß bereits auf drupa 2016 auf positives Echo. Aufgrund der von Kunden gewünschten neuen Funktionen forderten bereits 30% der Anwender das Upgrade an. Nach Angaben von Esko wird die Erstellung von Verpackungsgrafiken durch die automatische Verknüpfung von Inhalten mit dem Layout bis zu 50% schneller. Dies vereinfacht die Erstellung und Verwaltung mehrerer Varianten und reduziert die Anzahl der Freigabezyklen. Die Wiederverwendung von Texten einschließlich Übersetzungen spare Zeit bei der Erstellung und Qualitätskontrolle von Druckvorlagen und führe zu einer Kostenreduzierung von bis zu 30%.

> www.esko.com

Chili publish

LEITFADEN ZU DIGITAL PACKAGING

Chili publish hat ein White Paper zu den Möglichkeiten des Digital Packaging veröffentlicht. Mit dem Titel »Digital Packaging: A Box Full of -ization Potential« bietet das Dokument einen umfassenden Einblick in die Trends der Verpackungsherstellung.



Geert Franzen, Produktmanager bei Chili publish, hat das White

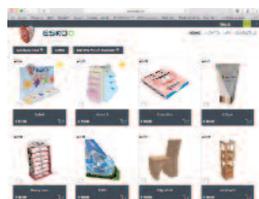
Paper verfasst, und merkt an: »Es gab eine Zeit, in der der Zweck einer Verpackung darin bestand, das Produkt zu beinhalten. Das hat sich geändert: die Verpackung ist jetzt ein eigener Marketingkanal. Das bedeutet, dass die Verpackung mit Marketing-Trends Schritt halten muss, Marken dabei unterstützt, eine Verbindung zum Kunden aufzubauen und aufrechtzuhalten. Es ist ein viel komplexerer Prozess geworden. Wir wollen in dem White Paper daher solides Wissen vermitteln, welche Technologie benötigt wird, dies alles umzusetzen.«

> www.chili-publish.com

Esko ArtiosCAD Display Store

NEUE ENTWURFS-PLATTFORM IM NETZ

Die neue Online-Plattform ArtiosCAD.net ist eine Webseite, die das Display- und Verpackungsdesign vereinfacht und neue Designideen Wirklichkeit werden lässt. Basierend auf einer Online-Bibliothek aus Entwurfsvorlagen und Basisparametern bietet der Webshop eine breite Auswahl an produkti-



onsfertigen Entwürfen, die lediglich hinsichtlich der Größe angepasst werden müssen. Potenzielle Fehlerquellen, in denen man sich sonst verheddern könnte, werden somit auch ausgeschlossen.

Damit erhalten ArtiosCAD-Anwender Zugang zu einer ständig wachsenden Quelle neuer Ideen für Display-Entwürfe, die mit Hilfe von Kongsberg-Weiterverarbeitungsanlagen produziert werden können. Werbetexter und Displayhersteller können im ArtiosCAD Design-Store auf eine Bibliothek von mehr als 325 Größenveränderlichen und vorab getesteten Display-Entwürfen zugreifen. Das geht einfach und schnell, gerade auch ohne Erfahrung im komplexen Konstruktionsentwurf und 3D-Design. Jedes Entwurfspaket enthält zudem einen animierten 3D-Film zur Präsentation für Kunden zum Hochladen auf eine Webseite oder als Montageanleitung für das spätere Produkt.

> www.esko.com

Carl Ostermann Erben GmbH

ISO-NORM 9001:2015 REZERTIFIZIERT

Die Carl Ostermann Erben GmbH (COE), einer der wenigen Anbieter von Druckformen in Deutschland, hat sich erfolgreich nach der neuen Qualitäts-Management-Norm ISO 9001:2015 rezertifizieren lassen.

Das Familienunternehmen hat den Zertifizierungsprozess für den Geltungsbereich



Multivariable Registerstanz- und Abkantmaschine für mehrere Plattenformate.

»Herstellung von Druckformen« erstmalig 2007 durchlaufen. »Qualität und Zuverlässigkeit stehen bei COE seit 125 Jahren im Mittelpunkt. Wir definieren uns durch höchste Präzision in Abläufen und zuverlässige Qualität. Deshalb ist es uns wichtig, als eines der ersten Unternehmen der Branche nach der neusten ISO-Norm zu arbeiten«, sagt Geschäftsführer Holger Ostermann. Statistiken zufolge wagen sich bis heute nicht einmal 10% der Unternehmen an diese Norm heran. Die Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001 ist die bedeutendste Norm im Qualitätsmanagement. Einer der zentralen Grundsätze der Norm ist die Prozessorientierung. Ein prozessorientiertes QM-System begleitet alle wesentlichen betrieblichen Prozesse und stellt diese auf den Prüfstand. Dadurch ist es möglich, Optimierungsmöglichkeiten aufzudecken.

> www.coe-bremen.de

NELA

POSITIVES FEEDBACK NACH DER EXPO

Die World Publishing Expo gilt im Hause NELA als wichtiges Branchenevent für die Zeitungsindustrie. Zur Teilnahme an der letztjährigen Veranstaltung in Wien hatte sich der Spezialist für Plattenautomation jedoch angesichts bescheidener Besucherprognosen erst kurzfristig entschieden. Die Erwar-

tungen waren entsprechend verhalten. »Wir waren dann aber positiv überrascht von der Resonanz«, sagt Vertriebsleiter Grafische Systeme Martin Haselbach. So wurden etliche Projekte vorangebracht und eine multivariable Registerstanz- und Abkantmaschine für mehrere Plattenformate verkauft. Thema war erneut die Automation der Druckvorstufe mit NELA's Just In Time-Konzepten, mithilfe derer Zeitungsdruckereien ihre Plattenproduktion für steigende Plattenvolumina, zunehmende Versionierung und kürzere Produktionszeiten fit machen können.

> www.nela.de

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2017			
28. 01. – 31. 01. 2017	Paperworld	Frankfurt	 › paperworld.messefrankfurt.com
15. 02. – 16. 02. 2017	Digitaldruck-Kongress	Düsseldorf	 › www.bvdm-online.de/ddk2017
20. 02. – 23. 02. 2017	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 › www.innovationdays.com
21. 03. – 23. 03. 2017	CCE International, Corrugated & Carton Exhibition	München	 › www.cce-international.com
21. 03. – 23. 03. 2017	ICE Europe	München	 › www.ice-x.com
21. 03. – 24. 03. 2017	Graphispag 2017	Barcelona	 › www.graphispag.com
22. 03. 2017	Haptica live '17, Erlebniswelt Haptische Werbung	Bonn	 › www.haptica-live.de
29. 03. – 30. 03. 2017	LOPEC, Fachmesse für gedruckte Elektronik	München	 › www.lopec.com
04. 04. – 06. 04. 2017	Xfair, Print- und Crossmedia-Show	Wien	 › www.xfair.at
06. 04. – 07. 04. 2017	Online Print Symposium 2017	München	 › www.online-print-symposium.de
04. 05. – 10. 05. 2017	Interpack	Düsseldorf	 › www.interpack.de
08. 05. – 12. 05. 2017	Fespa Digital	Hamburg	 › www.fespa.com
19. 06. – 21. 06. 2017	19 DOXNET Fachkonferenz	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
21. 06. – 22. 06. 2017	Co-Reach, Dialogmarketingmesse	Nürnberg	 › www.co-reach.de
22. 06. 2017	SVI, Tag der Verpackung	Bern	 › www.svi-verpackung.ch
25. 09. – 28. 09. 2017	Labelexpo Europe	Brüssel	 › www.labelexpo-europe.com
10. 10. – 12. 10. 2017	World Publishing Expo	Berlin	 › www.wan-ifra.org
11. 10. – 14. 10. 2017	Druck+Form, Grafische Fachmesse	Sinsheim	 › www.druckform-messe.de
18. 10. – 20. 10. 2017	viscom, Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 › www.viscom-messe.com
26. 10. 2017	Fogra, Verpackungssymposium	Aschheim	 › www.fogra.org
31. 10. – 03. 11. 2017	IPEX 2017	Birmingham	 › www.ipex.org
14. 11. – 16. 11. 2017	InPrint 2017, Industrial Print Show	München	 › www.inprintshow.com
29. 11. – 30. 11. 2017	Fogra, Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	 › www.fogra.org
29. 11. – 30. 11. 2017	Glassprint 2017	Düsseldorf	 › www.glassprint.org



NOCH BIS **15. JAN.****Red Dot Winners Selection
STUDIOAUSSTELLUNG
MIT SPITZENDESIGN**

Wie klingt ein schmelzender Eisberg? Warum ist eine flache Verpackung nicht flach? Was ist ein Firmenlogo in Echtzeit? Bereits zum vierten Mal werden die besten Siegerarbeiten des Red Dot Awards: Communication Design im Museum für Kommunikation Berlin präsentiert. Bis zum 15. Januar 2017



Studioausstellung im Museum für Kommunikation Berlin präsentiert internationales Spitzendesign.

zeigt die Studioausstellung ›Best Communication Design. Red Dot Winners Selection 2016‹ die diesjährigen Preisträger der Auszeichnungen. Besucher dürfen sich auf Spitzendesigns aus Brand Design, Packaging, E-Commerce oder Online freuen. Kreative Kompetenz im internationalen Vergleich – darum geht es beim Red Dot Award: Communication Design. 2016 reichten Gestalter, Nachwuchstalente, Agenturen und Unternehmen aus 46 Ländern ihre Arbeiten ein. Nur die besten Leistungen vermochten die 26 international renommierten Experten der Red-Dot-Jury zu überzeugen. Zusätzlich werden alle siegreichen Arbeiten der deutschen Agenturgruppe Serviceplan ausgestellt, die in diesem Jahr den Ehrentitel ›Red Dot: Agency of the Year‹ erhalten hat.

› www.mfk-berlin.de

**DIGITALDRUCK-KONGRESS
VON UND FÜR
ANWENDER****15. FEB.** **16. FEB.**

Am 15. und 16. Februar 2017 findet im Congress Center Düsseldorf der Digitaldruck-Kongress statt, der vom Bundesverband Druck und Medien, seinen Landesverbänden und der drupa veranstaltet wird.

Nach der erfolgreichen Auftaktveranstaltung vor zwei Jahren stehen beim Fachkongress 2017, der sich an Druckereien, Hersteller, Zulieferer, Anwender und Produzenten richtet, Konzepte von Druck- und Mediendiensteleistern, zukunftsfähige Strategien und innovative Workflows im Vordergrund. Teilnehmer und Branchenexperten präsentieren dazu in Vorträgen ihre Erfahrungen zu aktuellen Themen rund um den Digitaldruck. Die Vielfalt und Flexibilität des digitalen Großformatdrucks steht etwa im Fokus des Vortrags von Roland Niggemeyer (Niggemeyer Bildproduktion GmbH & Co. KG). Was lohnt, was nicht, was hat Zukunft, um sich optimal zu positionieren? Den Weg vom Offset- zum Digitaldrucker beschreibt Torsten Bischof (documenteam GmbH). Die Logistik und ausgefeilte Prozesssteuerung bei der Overnight-Lieferung am Beispiel der PrintPlanet GmbH schildert Wilhelm A. Soll und Nicole Royar, Geschäftsführerin der SDK Systemdruck GmbH, präsentiert Praxistipps zum Thema Kooperation und Automatisierung. Weitere Referenten sind Erik Kurtz, Kösel GmbH; Francisco Martinez, Straub Druck + Medien AG; Marcus Kalle, NINO Druck GmbH; Harry Belz, bvdM; Michael Kappler, ORT Studios Frankfurt GmbH.

Am Abend des 15. Februar sind die Tagungsteilnehmer zum Get-Together ins Hotel Tulip Inn Arena unweit des Congress Centers eingeladen.

Unterstützt wird der Kongress von Canon, EFI, HP, KBA, Konica Minolta, Obility, Papier Union sowie Xeikon. Für Mitglieder der Verbände Druck und Medien kostet die Teilnahme am Kongress inklusive Abendveranstaltung 420 €, für Nicht-Mitglieder 630 € (zzgl. MwSt.). Das vollständige Programm, Anmeldemöglichkeit und weitere Informationen stehen auf einer eigenen Website bereit.

› www.ddk2017.de

**Für Dich!**

Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Mit Ihrer Hilfe können noch mehr Kinder eine unbeschwertere Kindheit erleben. Ihre Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung bewirkt mehr Freude. Mehr Glück. Mehr Kindheit. Und das nachhaltig!

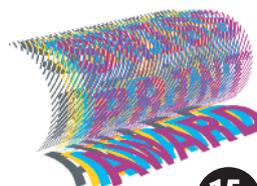
Petra Träg, 089 12606-109
petra.traeg@sos-kinderdorf.de

 **SOS-Kinderdorf-Stiftung**
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Lust auf Print

**SWISS PRINT AWARD
2017**

Drucken hat längst neue Dimensionen erreicht. Print ist multidimensional und multimedial. Druck-Erzeugnisse sind statisch und dynamisch, für Massen ebenso geeignet wie für den individuellen Einsatz. Drucksachen helfen, uns zu organisieren und zu

**15. FEB.**

orientieren. Print ist Impulsgeber für Kommunikation und eine feste Größe im Medienmix. Gedrucktes ist ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ so hochstehend wie kein anderes Medium.

Beim Wettbewerb ›Swiss Print Award‹ können Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder und deren Auftraggeber mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie kommunikativ, fesselnd und edel bedrucktes Papier sein kann.

Der ›Swiss Print Award‹ ist der nationale Schweizer Wettbewerb für Druck-Erzeugnisse, die ›Lust auf Print‹ machen.

Ziel ist es, exzellente Arbeiten zu finden, auszuzeichnen und zu präsentieren, die das Gedruckte in seiner Bedeutung innerhalb des Medienmix bestätigen und stärken. Der ›Swiss Print Award‹, zu dem jährlich eingeladen wird, genießt schweizweit bereits eine hohe Reputation innerhalb und außerhalb der Druck- und Medienindustrie sowie der Agenturszene.

Zum ›Swiss Print Award‹ rufen der Druckmarkt Verlag Zürich, der Verband viscom, asw Allianz Schweizer Werbeagenturen, Papyrus Schweiz und als neuer Partner das Fachmagazin ›Werbewoche‹ auf.

Arbeiten können noch bis zum 15. Februar 2017 eingereicht werden. Weitere Informationen gibt es auf:

› www.swiss-print-award.ch

20. FEB. **BIS** **23. FEB.**

Hunkeler Innovationdays

**12. INTERNATIONALES
BRANCHENTREFFEN**

Vom 20. bis 23. Februar 2017 finden auf der Messe in Luzern die 12. Hunkeler Innovationdays statt. In zwei Hallen sind während der vier Tage prominente Hersteller mit Technik für den Digitaldruck und das Finishing, integrierte Qualitätskontrolle, Workflow-Software, Veredelungs- und Verbrauchsmaterial präsent. Die Hunkeler AG wird Einblicke in das Paper Processing geben.

Die Hunkeler Innovationdays sind von Mal zu Mal gewachsen. Mehr als 5.700 Besucher aus 50 Nationen waren es vor zwei Jahren.

Die Messe konzentriert sich auf das Paper Processing rund um den Digitaldruck und das Hochleistungs-Finishing. Wer nach Luzern reist, tut das mit klaren Zielen vor Augen. Es sind die entscheidungsbefugten Fachleute – Inhaber, Geschäftsführer und Produktionsleiter – die klare Antworten auf Fragen suchen und sie im Gespräch mit den Herstellern finden.

› www.innovationdays.com

AB **28. FEB.**

›The Power of Print«
CREATURA-ROAD-SHOW 2017

Unter dem Motto ›The Power of Print« demonstrierte das Team um f.mp., Gräfe Druck & Veredelung, Heidenreich Print, Vogt Foliendruck, Oro Promotion und Touchmore mit Unterstützung des Multi-sense Instituts und der Agentur Scholz & Friends auf seiner Roadshow eindrucksvoll die Werbewirkung multisensorisch veredelter Printkommunikation.

Die Creatura-Roadshow lockte im Frühjahr 2016 über 1.000 Fachbesucher aus der Marketing- und Druckbranche in CinemaxX-Kinopaläste, wo die Besucher einen einzigartigen Mix aus Vorträgen, Ausstellung und intensivem Austausch mit Experten erlebten.

Wie anhand einer kreativen Kombination verschiedener Druckveredelungstechniken auf multisensorische Art und Weise eine Geschichte erzählt werden kann, demonstrierten verschiedene ›Kinoplakate«. Den thematischen Schwerpunkt bildeten Elemente aus den Schlüsselszenen bekannter Filme. Dazu gehörte die Pralinschachtel von Forrest Gump genauso wie die Rosenblätter aus American Beauty. Diese Elemente wurden optisch, haptisch und olfaktorisch in Szene gesetzt.

Aufgrund der großen Resonanz wird ›The Power of Print« auch 2017 fortgesetzt: Termine sind am 28. Februar in Nürnberg, am 1. März in Düsseldorf, am 14. März in Berlin und am 15. März in Hannover.

› www.creatura.de

NOCH BIS **26. FEB.**

Weltformat
DER GOLDENE SCHNITT

Als Goldener Schnitt wird das Teilungsverhältnis einer Strecke oder anderen Größe bezeichnet, bei dem das Verhältnis des Ganzen zu seinem größeren Teil dem Verhältnis des größeren zum kleineren Teil entspricht.



Diese mathematische Kenntnis ist seit der Antike bekannt. Eine Ausstellung im Museum für Kommunikation Berlin fragt jetzt nach der ›Weltformel Goldener Schnitt«.

Auf der Suche danach können Besucher mit einer Goldenen Schablone Exponate analysieren, eigene Gesichtszüge holografisch mit den goldenen Proportionen vergleichen, goldene Flächen puzzeln und auf der Gorschelgoldene Musik spielen. Schließlich können sie in eine nach den Regeln des Goldenen Schnitts gestaltete virtuelle Realität eintauchen.

Die Ausstellung läuft noch bis zum 26. Februar 2017. Der Katalog zur Ausstellung ist im Museum (19,90 €) und im Buchhandel (29,90 €) erhältlich.

› www.mfk-berlin.de

21. MAR. **22. MAR.** **23. MAR.**

ICE Europe
JUBILÄUMS-VERANSTALTUNG

Die 10. Veranstaltung der ICE Europe wird vom 21. bis 23. März 2017 auf dem Münchner Messegelände stattfinden. Die Messe für Veredelung und Verarbeitung von flexiblen, bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffe, wendet sich an Branchenexperten auf der Suche nach Ausrüstung und Lösungen für die Converting-Industrie.

›Die ICE Europe hat sich in den letzten Jahrzehnten als wichtigster Treffpunkt für die Converting-Industrie etabliert und gibt einen Überblick über Technologien sowie allgemeine Branchentrends. Nach der Rekordmesse von 2015, die eine weitere Steigerung der Besucherzahlen um 7% erzielte, rückt die ICE Europe die technologische Diversifizierung in den Mittelpunkt. Diese ist bedingt durch die allgemein vorherrschenden Trends der Automatisierung und Digitalisierung, die nun auch im Converting zur Anwendung kommen. Die Converting-Branche ist ein sehr dynamischer Sektor, in dem die Produktion und Verarbeitung von qualitativ hochwertigen flexiblen Materialien und die Umsetzung von umweltfreundlichen Produktionsmethoden wichtige Innovationstreiber sind«, erklärt Nicola Hamann, Geschäftsführer des Messeveranstalters Mack Brooks Exhibitions.

Die vergangene Veranstaltung war mit 7.040 Besuchern und 439 Ausstellern auf einer Ausstellungsfläche von 11.000 m² ein großer Erfolg.

› www.ice.x.com

CCE International
WELLPAPPE UND FALTSCHACHTELN

Parallel zur ICE präsentiert die CCE International 2017 in den Hallen B5 und B6 auf dem Münchner Messegelände Maschinen und Zubehör für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie. Erhöhter Rohstoffpreise zum Trotz soll der Markt für die Produktion von Wellpappe- und Faltschachteln um mehr als 4% jährlich wachsen. Die große Vielfalt an Herstellungs- und Verarbeitungsprozessen eröffnet neue Geschäftsmöglichkeiten. In diesem dynamischen Sektor bietet die CCE International als einzige Messe speziell für diesen Industriezweig in Europa einen Überblick über neue Anwendungen im Bereich Converting inklusive Druck. Aktuell haben bereits mehr als 100 Aussteller eine Fläche von 3.500 m² gebucht.

› www.cce-international.com

28. MRZ. **BIS** **31. MRZ.**

XEIKON Café 2017
VERPACKUNGS-INNOVATIONEN

Das Xeikon Café findet im Jahr 2017 zum dritten Mal statt. Die hochkarätige Informationsveranstaltung versteht sich als Plattform für den Wissensaustausch für Innovationen bei Verpackungen und Etiketten. Der Themenschwerpunkt liegt dabei auf Komplettlösungen für die digitale Produktion. Zulieferer aus der Branche, darunter Xeikon und seine Aura-Partner werden entsprechende Informationen präsentieren. Die Veranstaltung findet vom 28. bis 31. März 2017 am Xeikon-Standort Lier nahe Antwerpen (Belgien) statt und wurde von drei auf vier Tage verlängert. Mit einem



Vorführungen, Workshops und Diskussionsrunden rund um Innovationen bei Verpackungen und Etiketten stehen auf dem Programm des 3. Xeikon Cafés.

interaktiven Ansatz bietet das Xeikon Café Informationen und Beratungen zu Neuheiten und Trends der Branche aus erster Hand. Das Konferenzprogramm 2017 setzt Schwerpunkte auf Neuentwicklungen, technische Aspekte und betriebswirtschaftliche Fortbildung.

› www.xeikoncafe.com

30. MRZ. **31. MRZ.**

GC Graphic Consult
SCHLANKE PROZESSE, DICKE GEWINNE

›Lean Management: Schlanke Prozesse – Dicke Gewinne.« – unter diesem Leitgedanken möchte das 24. GC Führungssymposium am 30./31. März 2017 neue Impulse aus der Praxis und Umsetzungsideen greifbar machen. Die Veranstaltung will auch 2017 wieder mit Top-Referenten und einem eindrucksvollen Rahmenprogramm glänzen.

Am 31. März 2017 erwarten Besucher die Verleihung des GC Management Awards und ein spannender Keynote Vortrag.

› www.gc-online.de

Einladung zum Mitfeiern!

Das Fest für Print

vom 4. bis 6. April 2017

mit zusätzlichen Schwerpunktthemen Werbetechnik und Verpackungsproduktion

Technologie-Messe
mit den führenden
Branchen-Zulieferfirmen

3 Tage Konferenz mit
Top-Experten zu den
aktuellen Zukunftsfragen

Klassischer Druck,
digitale Produktion,
Veredelung, Endstufe

Und 2017: Mehr
Signage, Werbetechnik,
Verpackungsproduktion

Live-Anwendungs-
Sonderschau
2D meets 3D



Wer ist der Champion?
Auch 2017 wieder:
Die CEE Wrap Masters

Speakers Corner,
Consulters Lounge und
Technology Theatre

It's Party-Time
mit heißer Live-Band
und coolen Drinks

Besucher-Tombola:
Ein Besuch der Xfair ist
immer ein Gewinn

...und noch vieles,
vieles mehr! Aktuelle
Infos auf www.Xfair.at

Die Print- und Crossmedia-Show für Österreich und CEE-Länder

Wien, Marx Halle, 4. bis 6. April 2017

Auch 2017: Gratis-Eintritt für Fachbesucher bei Online-Registrierung auf www.xfair.at
Dort gibt's auch aktuelle Informationen zum Programm und über die Aussteller-Angebote
Kontakt: info@Xfair.at, 0043/699/11655760

XFAIR IN WIEN PRINT- UND CROSSMEDIA-SHOW

4. APR. BIS 6. APR.

Vom 4. bis 6. April 2017 findet die bereits zweite Ausgabe der Xfair, der internationalen Fachmesse samt Kongress für alle Print- und Crossmedia-Bereiche in Wien statt.

Die Ambition des Veranstalters für 2017 nach einer, so der allgemeine Tenor, wohl gelungenen Erstveranstaltung im April 2015 mit über 100 ausstellenden Firmen und 2.000 Fachbesuchern, sind wieder hoch. »Wir wollen die Xfair noch mehr zu einem Fest für Print werden lassen – mit einer kompletten Übersicht über die aktuellen Produktionstechnologien: von klassischem über digitalen Druck, Großformatdruck für alle Bereiche (zum Beispiel Signage, Textil, Verpackung), die Datenaufbereitung, Software, Vorstufe bis zur Nachbearbeitung und Veredelung. Natürlich auch der Bereich Materialien und

Substrate sowie noch mehr Augenmerk auf die Spezialbereiche Werbetechnik, Verpackungsherstellung, 3D Druck ... ohne anmaßend sein zu wollen, eine regionale drupa«, erklärt Xfair-Promotor Rudolf Messer. Der Übertitel über der Xfair ist Technologie und Anwendungen: Den Besuchern sollen neue Perspektiven und Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sie mit neuen oder bereits vorhandenen Technologien Qualität und Produktivität verbessern.« Neben der Messe werden auch im Rahmen eines integrierten Kongresses und diverser Fachvorträge und Workshops neue Perspektiven, Know-how und Erfahrungen vermittelt. Bistros und Plazas bieten zusätzlichen Raum, um gemütlich bei Gratis-Kaffee, Kuchen und Erfrischungsgetränken Wissen auszutauschen und zu networken. Und natürlich soll auch das Feiern – wie es sich für ein echtes »Fest für Print« gehört – mit einem langen Messeabend nicht zu kurz kommen. Am zweiten Messeabend laden Veranstalter und Sponsoren zu einem Abend mit Livemusik und Entertainment. Und statt fadem Messecatering gibt's Street Food in verschiedensten Varianten.

5. ONLINE PRINT SYMPOSIUM HERAUSFORDERUNG KUNDENZENTRIERUNG

Zum 5. Mal trifft sich das »Who is Who« der Branche zum Networking zum Online Print Symposium. Das Motto »Fokus Kundenzentrierung« stellt den Kunden noch stärker als bisher in den Mittelpunkt.

Trendentwicklungen und Hintergrundwissen über zukünftige Geschäftsmodelle im E-Business Print werden von Experten und Profis erläutert, wodurch die Teilnehmer neue Inspirationen für zukünftige Geschäftsstrategien in diesem Segment erhalten.

»Bei allen organisatorischen und strategischen Entscheidungen eines Unternehmens

Personalisierungen anbieten und somit den Kunden direkt in den Bestellprozess einbinden. Auf dem 5. Online Print Symposium werden wir diese und vielen weiteren interessanten Themen nachgehen«, sagt **Bernd Zipper**, von der zipcon consulting aus Essen. Auch im kommenden Jahr erwarten die Teilnehmer des Online Print Symposiums ein exklusives Programm mit



ONLINE
PRINT
SYMPOSIUM
München 2017

6. APR. 7. APR.



Aufgrund der hohen Nachfrage beim vergangenen Online Print Symposium wechselt das Online Print Symposium 2017 in das Hilton am Münchener Flughafen.

muss der Kunde im Fokus stehen, zumal er schlussendlich über Erfolg oder Nichterfolg entscheidet. Daher ist es eine der größten Herausforderungen im Online Print, bereits heute zu wissen, was der Kunde von morgen benötigt, und wie man dank einer Multichannel-Strategie Kunden auf allen Kanälen gezielt erreicht. Ein weiteres wichtiges Segment mit Wachstumspotenzial ist Mass Customization, bei dem Onlinedrucker mit geeigneten Produkten über E-Commerce-Plattformen

Best-Practice-Beispielen von Fachexperten und erfolgreichen Onlineshop-Betreibern, die ihre Geschäftsideen im Internet bereits verwirklicht haben und fortlaufend optimieren. Zusätzlich geben namhafte Experten Tipps und verraten Tricks rund um das Thema E-Business Print. » online-print-symposium.de

26. APR. 27. APR.

Messe-Quartett

KOMPETENT VERNETZT UND VERPACKT

Vernetzte Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette, nachhaltige Lösungen und innovative Technologien: Diese Themen stehen im Mittelpunkt des Schweizer Logistik- und Verpackungsevents mit den Einzelmessen Logistics & Distribution, Em-pack, Packaging Innovations und Label&Print. Damit ist Zürich vom 26. bis 27. April 2017 wieder zentrale Anlaufstelle für neue Ideen und konkrete Lösungen rund um Verpackung, Technik, Druck, Veredelung und Logistik. Mehr als zwei Drittel der Standplätze sind schon vergeben. Neu im Programm 2017 sind die Sonderschauen »E-Mobility Innovations« und »Art of Packaging Design« sowie der Sonderbereich »Supply Game« mit Gamification-Tools zur Wertschöpfungskette. Zu den Höhepunkten zählt die erstmalige Preisverleihung des Swiss Packaging Awards auf der Messe.

» www.easyfairs.com

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

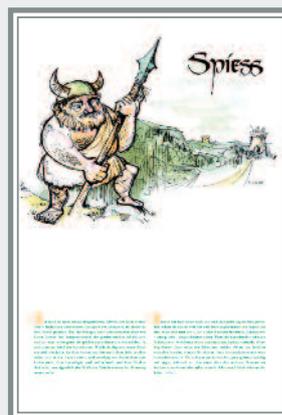
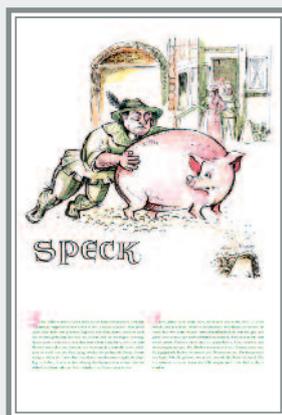
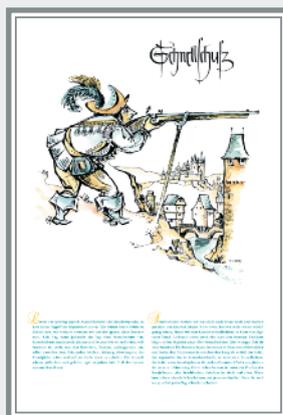
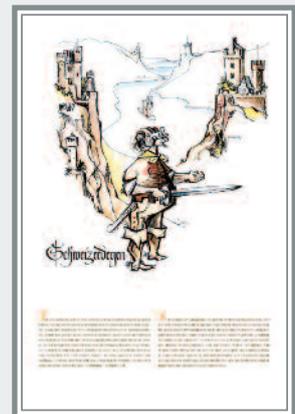
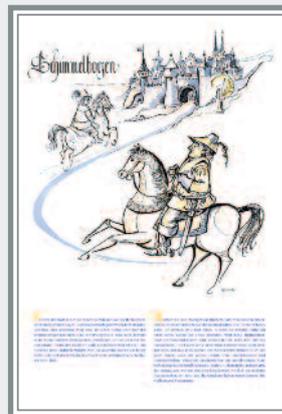
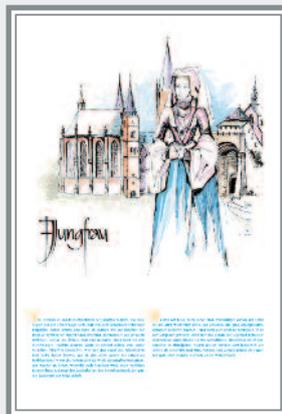
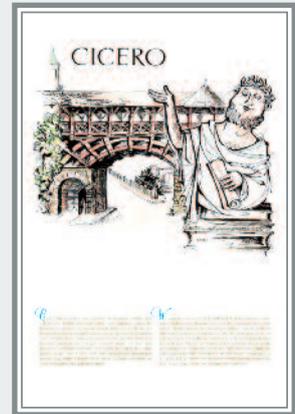
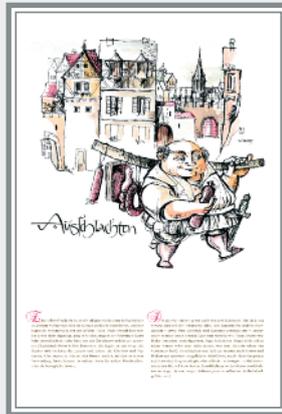
Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

Wissen,
wo es lang geht

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängbogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50



SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2017	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
10. 01. – 11. 01.	VDMNW, Adobe Photoshop – komplexe Freisteller und Masken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 01.	VDMNW, Adobe InDesign – Aufgaben durch GREP automatisieren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
16. 01. – 17. 01.	VDMNW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Lünen	› www.vdmnw.de
17. 01.	VDMH, Praxisgerechte Anwendung von Colormangement (Für Adobe CC)	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	Verband Schweizer Medien, Input Session: E-Mail-Marketing	CH-Zürich	› www.schweizermedien.ch
18. 01.	VDMH, Grundlagen für die standardisierte Produktion (In der Druckvorstufe)	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	VDMH, PSO-Update: Was steckt hinter dem neuen Standard?	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	VDMNW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 01. – 20. 01.	VDMNW, Adobe Illustrator – komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 01. – 24. 01.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
23. 01. – 25. 01.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Ismaning	› www.vdmb.de
23. 01. – 25. 01.	VDMH, Aufbau von Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator (Illustration komplett)	Frankfurt	› www.vdmh.de
23. 01. – 27. 01.	ADM, Führungsaufgaben in Verlagen – Teil 1	Ohlstadt	› www.medien-akademie.de
24. 01.	ADM, Crashkurs Neue Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	München	› www.medien-akademie.de
24. 01. – 25. 01.	Management Forum Starnberg, Risikomanagement mit Bilanzkennzahlen	Starnberg	› www.management-forum.de
25. 01. – 26. 01.	Innoform Coaching, Der BRC Standard 5 (Global Standard für Verpackungen)	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
25. 01. – 27. 01.	VDMB, Lean-Management für die Druckindustrie (Modul 1)	Ismaning	› www.vdmb.de
26. 01.	Management Forum Starnberg, Visual Storytelling	München	› www.management-forum.de
26. 01.	SBVV, Workshop Typografie und visuelle Kommunikation	CH-Zürich	› www.sbv.ch
26. 01. – 27. 01.	Management Forum Starnberg, Der Chief Digital Officer	Köln	› www.management-forum.de
26. 01. – 27. 01.	Management Forum Starnberg, Nachhaltigkeitscontrolling und -reporting	Wiesbaden	› www.management-forum.de
26. 01. – 27. 01.	VDMBW, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Muse)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
28. 01.	tgm, Bessere User-Interfaces gestalten	München	› www.tgm-online.de
30. 01.	VDMB, Kompaktraining: Mitarbeiter führen und begeistern	Ismaning	› www.vdmb.de
30. 01. – 01. 02.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger und Fortgeschrittene (Fortgeschrittene)	Ismaning	› www.vdmb.de
30. 01. – 01. 02.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Einstieg Bildbearbeitung)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
01. 02.	VDMB, Mindestlohn in der Praxis	Nürnberg	› www.vdmb.de
01. 02. – 02. 02.	VDMB, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einführung in HTML5 und CSS3)	Ismaning	› www.vdmb.de
01. 02. – 03. 02.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Einstieg Bildbearbeitung)	Frankfurt	› www.vdmh.de
02. 02.	VDMB, Mindestlohn in der Praxis	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 02.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Webdesign & Digitale Medien)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
02. 02. – 04. 02.	VDMB, Geprüfter Digitaldruck Professional (Modul 2)	Lünen	› www.vdmb.de
02. 02. – 05. 02.	tgm, Modul: Schriftentwurf – Aufbau-seminar für Typografie und Gestaltung	München	› www.tgm-online.de
03. 02.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München	› www.fogra.org
03. 02.	VDMBW, Praxisgerechte Anwendung von Colormangement (Für Adobe CC)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
06. 02.	VDMB, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Webdesign & Digitale Medien)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 07. 02.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München	› www.fogra.org
06. 02. – 07. 02.	VDMB, Noch erfolgreicher im Vertrieb (Modul 1)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 08. 02.	VDMB, Adobe Photoshop für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 08. 06.	VDMBW, Gestaltung von Layouts mit Adobe InDesign (Einstieg in das Layouten)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
07. 02.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Fortgeschritten: Tipps & Tricks)	Frankfurt	› www.vdmh.de
07. 02. – 08. 02.	Innoform Coaching, 15. Inno-Meeting – Die Optimalverpackung	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
07. 02. – 08. 02.	VDMBW, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Dreamweaver)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
07. 02. – 10. 02.	ADM, BWL kompakt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	München	› www.medien-akademie.de
08. 02.	VDMBW, Grundlagen für die standardisierte Produktion (Im Druck)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
08. 02. – 09. 02.	VDMB, AusDRUCKsstarke Kundengesprache	Ismaning	› www.vdmb.de
09. 02.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München	› www.fogra.org
09. 02. – 10. 02.	ADM, Produktentwicklung von digitalen Medien	München	› www.medien-akademie.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Laminieren / Cellophanieren:
Laminiermaschinen bis 106 x 145 cm, ein- oder zweiseitig, bis 170 m/min.

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstr. 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711/3584545 · Fax 0711/3584546
E-Mail info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail: nico@druckmarkt.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



Tel. +49 (0)2676 93050
www.mkwgmbh.de

FKS Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG
GRAFISCHE MASCHINEN T: +49 (0)40 736077-0
ALLES NACH DEM DRUCK E: info@fks-hamburg.de

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

- Broschürenfertigen
- Sammelheften
- Zusammentragen
- Klebebinden
- Rillen
- Schneiden
- Perforieren
- Falzen
- Laminieren
- UV-Lackieren

Mehr Informationen:


www.fks-hamburg.de

VERSCHIEDENES



Stiften Sie zu – jetzt online!

SOS KINDERDORF STIFTUNG

Danke! Ich habe meinen Weg gefunden.

Ermöglichen Sie benachteiligten Jugendlichen eine solide Ausbildung und gestalten Sie Zukunft – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109,
petra.traeg@sos-kinderdorf.de
sos-kinderdorf-stiftung.de

MARKT-ÜBERSICHTEN



DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

IMPRESSUM ›Druckmarkt‹ ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 20. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie ›Druckmarkt impressions‹ als PDF-Magazin und ›Druckmarkt Collection‹ in loser Reihenfolge. Alle Angaben in den Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet und recherchiert. Für die Vollständigkeit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr. © by Druckmarkt 2016

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 Euro (Inland) und 76,00 Euro (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

Verlag:
›Druckmarkt‹ ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. Geschäftsführer: Petra und Klaus-Peter Nicolay.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Julius Nicolay (Redakteur)
julius@druckmarkt.com

Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel
Deutschland

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Internet:
www.druckmarkt.com

Die Schwesterzeitschrift ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.
www.druckmarkt.ch

 Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association
www.edp-net.org


Druckmarkt ist Partner von DOXNET – The Document X-perts Network e. V. www.doxnet.eu

 Druckmarkt ist Partner des f.mp. Fachverband Medienproduktion e. V.
www.f.mp.de

 Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT digital!, einer Initiative des f.mp.
www.print-digital.biz

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

Nicht etwa, dass wir den ›Druckmarkt‹ als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** ›Druckmarkt‹ bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, etwa vierzehntägig das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die ›Druckmarkt COLLECTION‹, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.